UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KỸ THUẬT LÝ TỰ TRỌNG TP. HỒ CHÍ MINH

Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CAO ĐẲNG

(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-LTT ngày tháng 3 năm 2015 của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng Thành phố Hồ Chí Minh)

Tên chương trình : Quản Trị Kinh Doanh
Trình độ đào tạo : Cao đẳng
Ngành đào tạo : Quản Trị Kinh Doanh Mã số: 51340101
Loại hình đào tạo : Chính qui

1. Bối cảnh

1.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước

Giáo dục nước ta trong thập kỷ tới phát triển trong bối cảnh thế giới có nhiều thay đổi nhanh và phức tạp. Toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế về giáo dục đã trở thành xu thế tất yếu. Cách mạng khoa học công nghệ, công nghệ thông tin và truyền thông, kinh tế trí thức ngày càng phát triển mạnh mẽ, tác động trực tiếp đến sự phát triển của các nền giáo dục trên thế giới.

Chiến lược phát triển kinh tế xã hội (2011-2020) đã khẳng định phấn đấu đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại; chính trị - xã hội ổn định, dân chủ kỷ cương, đồng thuận, đời sống vật chất và tinh thần của người dân được nâng lên rõ rệt; độc lập, chủ quyền, thông nhất và toàn vẹn lãnh thổ được giữ vững; vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế tiếp tục được nâng cao; tạo tiền đề vững chắc để phát triển cao hơn. Chiến lược cũng đã xác định rõ một trong ba đột phá là: Phát triển nhanh nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực có chất

lượng cao, tập trung vào đổi mới toàn diện nền giáo dục quốc dân, gắn kết chặt chẽ phát triển nguồn nhân lực với phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ.

1.2. Thời cơ và thách thức

Với bối cảnh trong nước và thế giới đầy thời cơ và thách thức, ngành Giáo dục đang tích cực thực hiện chủ trương "đổi mới căn bản và toàn diện giáo dục Việt Nam" nhằm đào tạo một thế hệ trí thức mới năng động - những con người biết tận dụng mọi thời cơ, vượt qua mọi thách thức để tích lũy tri thức, rèn luyện năng lực của con người mới xã hội chủ nghĩa, những con người quyết định vận mệnh của cả dân tộc.

1.2.1 Thời cơ:

Đảng và Nhà nước luôn khẳng định phát triển giáo dục là quốc sách hàng đầu, đầu tư cho giáo dục là đầu tư cho phát triển; giáo dục vừa là mục tiêu vừa là động lực để phát triển kinh tế - xã hội. Những thành tựu phát triển kinh tế - xã hội trong 10 năm vừa qua và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020 với yêu cầu tái cơ cấu nền kinh tế và đổi mới mô hình tăng trưởng, cùng với Chiến lược và Quy hoạch phát triển nhân lực trong thời kỳ dân số vàng là tiền đề cơ bản để ngành giáo dục cùng các bộ, ngành, địa phương phát triển giáo dục.

Cách mạng khoa học và công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và truyền thông sẽ tạo ra những điều kiện thuận lợi để đổi mới cơ bản nội dung, phương pháp và hình thức tổ chức giáo dục, đổi mới quản lý giáo dục, tiến tới một nền giáo dục điện tử đáp ứng nhu cầu của từng cá nhân người học.

Quá trình hội nhập quốc tế sâu rộng về giáo dục đang diễn ra ở quy mô toàn cầu tạo cơ hội thuận lợi để tiếp cận với các xu thế mới, tri thức mới, những mô hình giáo dục hiện đại, tranh thủ các nguồn lực bên ngoài, tạo thời cơ để phát triển giáo dục.

1.2.2 Thách thức:

Ở trong nước, sự phân hóa trong xã hội có chiều hướng gia tăng. Khoảng cách giàu nghèo giữa các nhóm dân cư, khoảng cách phát triển giữa các vùng miền ngày càng rõ rệt, gây nguy cơ dẫn đến sự thiếu bình đẳng trong tiếp cận giáo dục, gia tăng khoảng cách về chất lượng giáo dục giữa các vùng miền và cho các đối tượng người học. Việt Nam chuẩn bị tham gia Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP), Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) tạo ra nhiều thách thức cho thị trường lao động.

Nhu cầu phát triển nhanh giáo dục đáp ứng đòi hỏi của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, phát triển kinh tế theo chiều sâu tri thức với công nghệ tiên tiến và hội nhập quốc tế, trong khi đó nguồn lực đầu tư cho giáo dục là có hạn, sẽ tạo sức ép đối với phát triển giáo dục.

Nguy cơ tụt hậu có thể làm cho khoảng cách kinh tế, tri thức, giáo dục giữa Việt Nam và các nước ngày càng gia tăng. Hội nhập quốc tế và phát triển kinh tế thị trường làm nảy sinh những vấn đề mới, như nguy cơ xâm nhập của văn hóa và lối sống không lành mạnh làm xói mòn bản sắc dân tộc, dịch vụ giáo dục kém chất lượng có thể gây nhiều rủi ro lớn đối với giáo dục đặt ra yêu cầu phải đổi mới cả về lý luận cũng như những giải pháp thực tiễn phù hợp để phát triển giáo dục.

2. Giới thiệu chương trình

- Ngành đào tạo : **Quản Trị Kinh Doanh**
- Tên tiếng Anh : Business Administration
- Trình độ đào tạo : Cao đẳng
- Loại hình đào tạo **:** Chính quy
- Mã ngành **:** 51340101
- Thời gian đào tạo : 3 năm.
- Khối lượng kiến thức toàn khóa kể cả giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng: 18 tín chỉ (TC)
- Khối lượng kiến thức tích lũy toàn khóa: 96 tín chỉ (TC).
- Đối tượng tuyển sinh: Tốt nghiệp phổ thông trung học.
- Quy trình đào tạo: Theo học chế tín chỉ.

3. Mục tiêu chương trình:

Đào tạo cử nhân cao đẳng ngành Quản trị Kinh doanh có phẩm chất chính trị, đạo đức, sức khỏe tốt, có ý thức phục vụ nhân dân. Có những kiến thức cơ bản về kinh tế xã hội - quản lý và năng lực thực hành nghề nghiệp tương xứng với trình độ đào tạo.

3.1 Mục tiêu về kiến thức

- Trình bày và giải thích được kiến thức cơ bản theo chuẩn chương trình đào tạo cao đẳng cho khối ngành kinh doanh và quản lý như kiến thức về: Kinh tế học; Thống kê; Pháp luật, Phương pháp nghiên cứu khoa học; Quản trị học, Nguyên lý kế toán; Marketing; Tin học.

3.2 Mục tiêu kỹ năng

- Vận dụng các kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành để thực hiện được các chức năng của quản trị (hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra) trong mọi hoạt động của doanh nghiệp như: Marketing, tài chính, sản xuất, dự án, cung ứng nguyên vật liệu, xuất nhập khẩu…

3.3 Mục tiêu về thái độ

- Có thái độ ngành nghề đúng đắn, luôn thể hiện tình chủ động, sáng tạo trong quá trình thực hiện công việc. Ý thức liên hệ thực tiễn cuộc sống vào công việc hàng ngày.

3.4 Mục tiêu về phẩm chất đạo đức

- Có phẩm chất đạo đức của một công dân tốt, biết yêu tổ quốc, quê hương, giữ gìn và bảo vệ môi trường;
- Có đạo đức nghề nghiệp đúng đắn, cầu thị và hợp tác, giúp đỡ đồng nghiệp; có ý thức kỷ luật lao động và tôn trọng nội quy của cơ quan, doanh nghiệp;

3.5 Mục tiêu khác

- Sử dụng thành thạo công nghệ thông tin;
- Làm việc nhóm;
- Kỹ năng phát hiện và giải quyết vấn đề;

4. Định hướng nghề nghiệp của sinh viên tốt nghiệp

1.3.1 Các vị trí có thể đảm nhận sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp người học có khả năng đảm nhiệm các vị trí từ nhân viên đến lãnh đạo tại các cơ quan, doanh nghiệp trong và ngoài nước. Cụ thể có thể làm việc:

- Có thể trở thành các chuyên viên làm việc tại các phòng ban chức năng của doanh nghiệp như: phòng kinh doanh, kế hoạch, marketing, phòng xuất nhập khẩu,…

- Có thể trở thành trợ lý, thư ký, hành chính văn phòng giúp việc cho các nhà quản lý các cấp trong bộ máy quản lý của doanh nghiệp;
- Có thể trở thành chuyên gia trong các lĩnh vực tài chính, marketing, sản xuất, xuất nhập khẩu trong doanh nghiệp.

1.3.2 Yêu cầu kết quả thực hiện công việc

- Hoàn thành công việc một cách độc lập, chủ động, sáng tạo với áp lực cao và có tinh thần làm việc nhóm tốt.

5. Chuẩn đầu ra của chương trình:

5.1.Về kiến thức

5.1.1. Kiến thức khoa học cơ bản

- Trình bày được các khái niệm cơ bản về những đại lượng toán học (đại số và giải tích), những phép toán hình thức, kết hợp với suy diễn logic → ứng dụng để giải quyết các bài toán kinh tế: các chỉ số, tham số trong: Ngân hàng, thị trường chứng khoán, cạnh tranh, qui hooạch kinh tế, input_output.
- Trình bày được một cách hệ thống kiến thức cơ bản về những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Đường lối cách mạng Việt Nam, lý luận chung nhất về pháp luật.
- Đạt trình độ bậc ba trong khung năng lực Anh ngữ.
- Biết theo dõi sức khoẻ của bản thân khi tự tập thể dục thể thao, có kiến thức cơ bản khi tham gia tập luyện thể dục thể thao. Trình bày kiến thức cơ bản về đường lối quân sự, công tác quốc phòng an ninh của nước nhà.

5.1.2 Kiến thức cơ sở ngành

- Vận dụng được các kiến thức, lý luận nền tảng về kinh tế học, xã hội học để phân tích, giải thích những hiện tượng kinh tế - xã hội trong và ngoài nước;
- Vận dụng được các kiến thức về tài chính - tiền tệ, thống kê, thuế để xây dựng hiện được các báo cáo, các kế hoạch có liên quan;

- Vận dụng được các kiến thức cơ sở ngành về quản trị để vận hành các chức năng cơ bản của quản trị : Hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra, đồng thời trình bày và giải thích được các công việc của nhà quản trị, các loại cơ cấu tổ chức trong doanh nghiệp.
- Vận dụng được các kiến thức cơ sở về quản trị để thực hiện được các hoạt động của marketing, nghiên cứu thị trường, tiếp thị, bán hàng…
- Vận dụng được kiến thức cơ bản về Luật kinh doanh, các văn bản hướng dẫn về các luật hiện hành vào trong hoạt động cùa doanh nghiệp;

5.1.3 Kiến thức chuyên ngành và bổ trợ

5.1.3.1 Kiến thức chuyên ngành

- Tổ chức và triển khai được các hoạt động quản trị dự án để thiết lập, trình bày và quản lý được một dự án đầu tư;
- Tổ chức và triển khai được các hoạt động quản trị cung ứng để xây dựng, thực hiện và quản lý được một kế hoạch cung ứng vật tư; xây dựng được, điều hành được kế hoạch sản xuất, lịch trình sản xuất cho doanh nghiệp;
- Vận dụng được các kiến thức về xuất nhập khẩu để vận hành được các hoạt động xuất nhập khẩu cho doanh nghiệp như: Đàm phán, ký kết và thực hiện hợp đồng ngoại thương; thủ tục thông quan; thủ tục giao nhận và vận tải; bảo hiểm,…
- Tổ chức và triển khai được các hoạt động quản trị bán hàng. Cụ thể là xây dựng lực lượng bán hàng, xác định hình thức bán hàng, hình thức phân phối, hậu mãi….
- Tổ chức và triển khai được các hoạt động thương mại điện tử, các hình thức quảng bá, bán hàng qua mạng internet.

5.1.3.2 Kiến thức bổ trợ

- Có kiến thức chung về lĩnh vực kinh tế như: Kế toán, tài chính ngân hàng
- Tin học: Có trình độ tin học tương đương chứng chỉ tin học trình độ B

- Ngoại ngữ: Có trình độ tiếng Anh tương đương chứng chỉ B1 chuẩn Châu Âu (CEFR: Common European Framework of Reference for Language); hoặc chứng chỉ Quốc tế tương đương.

5.1.4 Kiến thức thực tập và tốt nghiệp

- Trình bày được lịch sử hành thành phát triển và khái quát tình hình hoạt động của doanh nghiệp;
- Trình bày được sơ đồ cơ cấu tổ chức, chức năng- nhiệm vụ của các phòng trong doanh nghiệp;
- Hoàn thành được các công việc, nhiệm vụ được giao tại doanh nghiệp nơi sinh viên thực tập;
- Vận dụng kiến thức đã học kết hợp với thực trạng đang diễn ra tại doanh nghiệp để nghiên cứu và đề xuất những giải pháp tốt hơn cho hoạt động của doanh nghiệp;
- Hoàn thành được bài báo cáo tốt nghiệp có sự đánh giá xác nhận của doanh nghiệp nơi sinh viên thực tập;

5.1.5 Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường

- Có khả năng tự học tập suốt đời để nâng cao kiến thức.
- Có khả năng tiếp tục học tập và nghiên cứu các lĩnh vực thuộc chuyên ngành quản trị kinh doanh ở bậc học cao hơn.

5.2Về kỹ năng

5.2.1 Kỹ năng cứng

5.2.1.1 Các kỹ năng nghề nghiệp

- Tổ chức và triển khai thực hiện được một quyết định trong quản trị;
- Hoạch định, tổ chức và triển khai thực hiện được một kế hoạch trong kinh doanh: Kế hoạch bán hàng, cung ứng vật tư, marketing, kinh doanh…
- Viết được các báo cáo phục vụ việc ra một quyết định quản trị;

- Phác thảo được kế hoạch thu thập thông tin, phân tích, dự báo và lập các kế hoạch quản trị như: kế hoạch sản xuất, kế hoạch cung ứng, kế hoạch tài chính, kế hoạch nhân sự, kế hoạch marketing, kế hoạch bán hàng...
- Quản lý và làm được các công việc hành chính văn phòng;
- Thực hiện được các công việc, nhiệm vụ được tổ chức và lãnh đạo phân công.
- Thực hiện được các cuộc khảo sát nhằm thu thập thông tin phục vụ cho việc phân tích môi trường kinh doanh, phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và đề xuất, tham mưu cho lãnh đạo doanh nghiệp các biện pháp quản trị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

5.2.1.2 Khả năng lập luận tư duy và giải quyết vấn đề

- Tư duy, nhận thức tốt, khái quát hóa được tình hình kinh tế, tài chính quản trị trong và ngoài doanh nghiệp.
- Phát hiện được điểm yếu, điểm mạnh, cơ hội, nguy cơ và đề xuất giải pháp để hoàn thiện hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- Xử lý được các tình huống, giải quyết được các vấn đề đang diễn ra tại doanh nghiệp…

5.2.1.3 Khả năng nghiên cứu và khám phá kiến thức

- Thiết kế được một chương trình nghiên cứu thị trường; Phân tích và đo lường được các nội dung nghiên cứu định tính và định lượng các vấn đề kinh tế, tài chính, nhân sự tại doanh nghiệp;
- Phác thảo được qui trình thu thập thông tin thứ cấp và sơ cấp phục vụ cho nghiên cứu;
- Thiết kế được bảng khảo sát điều tra thu thập thông tin;
- Sử dụng thành thạo được phần mềm SPSS phục vụ cho công tác nghiên cứu khoa học;
- Vận hành được các kỹ thuật, các phương pháp xử lý số liệu sơ cấp, thứ cấp;

- Phân tích, đánh giá và kết luận được kết quả xử lý các thông tin sơ cấp, thứ cấp từ đó đưa ra những giải pháp giải quyết tốt nhất cho vấn đề nghiên cứu.

5.2.1.4. Khả năng tư duy theo hệ thống

- Vận dụng được một cách logic các chức năng của quản trị như hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra để giải quyết các vấn đề trong quản trị;
- Xác định được những vấn đang tồn tại, phát sinh và mối tương quan giữa chúng để làm cơ sở giải quyết;
- Vận dụng được các kỹ thuật và phương pháp đặt vấn đề, giải quyết các vấn đề trong quản trị theo một hệ thống: cơ sở lý luận, xây dựng mô hình, kiểm tra mô hình, và kết luận giải pháp.

5.2.1.5. Năng lực vận dụng kiến thức, kỹ năng vào thực tiễn

- Vận dụng được kiến thức quản lý, kỹ năng tác nghiệp, thực hành vào những công việc cụ thể hàng ngày;
- Vận dụng được cơ sở lý thuyết, các mô hình quản trị vào công việc, học tập và nghiên cứu.

5.2.1.6. Năng lực sáng tạo, phát triển và dẫn dắt sự thay đổi trong nghề nghiệp

- Lập được kế hoạch cho nghề nghiệp tương lai;
- Tổ chức sắp xếp được các công việc trong các bộ phận nhân sự, bán hàng, marketing…
- Nhận thức, cập nhật được những thay đổi về kinh tế xã hội trong ngoài nước.
- Thích nghi được trong môi trường làm việc áp lực và hội nhập

5.2.2 Kỹ năng mềm

5.2.2.1Các kỹ năng cá nhân

- Phân tích được các vấn đề, các tình huống đang xảy ra với tư duy sáng tạo từ đó suy xét, đánh giá mức độ ảnh hưởng và đưa ra hướng giải quyết;
- Lập được các kế hoạch nghề nghiệp;
- Quản lý được thời gian và công việc do mình đảm nhận trong doanh nghiệp;

- Cập nhật được các thông tin cần quan tâm.

5.2.2.2 Làm việc theo nhóm

- Tổ chức, thành lập được nhóm;
- Giải quyết được những xung đột trong nhóm;
- Quản lý, điều hành nhóm đi vào hoạt động ổn định

5.2.2.3 Quản lý và lãnh đạo

- Tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra được các hoạt động của doanh nghiệp;
- Kiểm soát và quản lý được các tình huống;
- Tự kiểm soát quản lý được thời gian, công việc, quan hệ,…trong quá trình phát triển nghề nghiệp;

5.2.2.4 Kỹ năng giao tiếp

- Giao tiếp tốt bằng ngôn ngữ tiếng Việt và Anh ngữ;
- Giao tiếp tốt bằng phi ngôn ngữ;

5.2.2.5 Các kỹ năng mềm khác

- Kỹ năng chăm sóc khách hàng và đối tác;
- Kỹ năng tạo động lực làm việc;
- Kỹ năng thuyết phục khách hàng;

5.3. Về phẩm chất đạo đức

5.3.1. Phẩm chất đạo đức cá nhân

- Chấp hành tốt chủ trương, chính sách pháp luật của Nhà nước;
- Có phẩm chất chính trị, đạo đức và có tinh thần và sức khỏe tốt;
- Có trách nhiệm với bản thân, với xã hội, ý thức cộng đồng và tác phong công nghiệp;
- Có sự tự tin và cầu thị;
- Chính trực, tôn trọng giá trị cốt lõi của con người;
- Cầu tiến và sẵn sàng làm việc trong môi trường áp lực công việc cao;

5.3.2. Phẩm chất đạo đức nghề nghiệp

- Chấp hành nghiêm túc chủ trương chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước trong công việc;
- Có trách nhiệm với công việc, với nơi làm việc;
- Luôn thể hiện tính chủ động và tinh thần sáng tạo trong quá trình thực hiện công việc;
- Có thái độ và đạo đức nghề nghiệp đúng đắn, cầu thị và hợp tác, giúp đỡ đồng nghiệp; có ý thức kỷ luật lao động và tôn trọng nội quy của cơ quan, doanh nghiệp;
- Yêu công việc, đoàn kết nội bộ tốt, góp phần xây dựng cơ quan, doanh nghiệp ngày càng phát triển;

5.3.3. Phẩm chất đạo đức xã hội

- Có tinh thần đoàn kết, hỗ trợ đồng nghiệp và cộng đồng;
- Có nhân cách và tôn trọng những người xung quanh;
- Tôn trọng sự thật;
- Tôn trọng, bảo vệ lợi ích của tổ chức, xã hội;

6. Các điều kiện thực hiện chương trình

6.1 Điều kiện tuyển sinh:

Thí sinh tham gia kỳ thi tuyển sinh của Bộ Giáo Dục Đào Tạo/hoặc của trường; điểm phải trên điểm sàn của Bộ và thỏa mãn điểm chuẩn tuyển sinh ngành Quản Trị Kinh Doanh của trường.

6.2 Thực hiện chương trình

- Điều kiện cơ sở vật chất: Có đủ phòng học lý thuyết và phòng học thực hành tin học và ngoại ngữ. Có đủ điều kiện và đầu sách tham khảo, giáo trình trong và ngoài nước với hệ thống thư viện hiện đại.

- Đội ngũ giảng viên: Đội ngũ giảng viên có trình độ từ Đại học trở lên, có chứng chỉ sư phạm về giảng dạy cao đẳng, đại học theo quy định của Bộ Giáo dục đào tạo về giảng dạy bậc cao dẳng, Đại học.

- Hoạt động hỗ trợ học tập: Khoa chuyên ngành có thành lập các Câu lạc bộ; Đoàn; Hội sinh viên giúp sinh viên có điều kiện tốt nhất để trang bị cho mình các kỹ năng mềm; được hỗ trợ nơi thực tập tốt nghiệp;

- Yêu cầu về thái độ học tập: Người học phải thể hiện tính chủ động trong học tập và chấp hành nghiêm túc các nội quy, quy định của Nhà trường và của Khoa

7. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp:

Đào tạo theo học chế tín chỉ. Theo Quyết định số: 1780/QĐ-LTT ngày 21 tháng 11 năm 2014 của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng Thành phố Hồ Chí Minh.

8. Thang điểm: Theo học chế tín chỉ.

Theo Quyết định số: 1780/QĐ-LTT ngày 21 tháng 11 năm 2014 của Hiệu trưởng trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng Thành phố Hồ Chí Minh.

9. Nội dung chương trình đào tạo

STT	Mã Môn học	Tên Môn học	Số tín chỉ	Học phần: Học trước (a), Tiên quyết (b), Song hành (c)
9.1 Khối kiến thức khoa học cơ bản			**38**	
9.1.1 Kiến thức chính trị, pháp luật, toán, GDTC&QP			**32**	
1	3107111003	Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác – Lênin Fundamental principles of Marxism and Leninism	5(5,0,10)	
2	3107111006	Tư tưởng Hồ Chí Minh Ho Chi Minh Ideology	2(2,0,4)	
3	3107111007	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam Revolutionary guildelines of the Vietnam Communist Party	3(3,0,6)	
4	3107111005	Pháp luật đại cương Introduction to Laws	3 (3,0,6)	
5	3107091130	Giáo dục thể chất Physical Education	4 (0,8,8)	Học phần không tích lũy
6	3107131130	Giáo dục quốc phòng 1 National Defence Education 1	4 (1,6,8)	Học phần không tích lũy

7	3107131131	Giáo dục quốc phòng 2 National Defence Education 2	4 (2,4,8)	Học phần không tích lũy
8	3107091011	Toán Cao cấp 1 Calculus 1	3 (3,0,6)	
10	3107121016	Anh văn English	4 (4,0,8)	
9.1.2 Kiến thức xã hội nhân văn			**6**	
	Phần bắt buộc		**3**	
1	3107081001	Luật kinh doanh Business Laws	3 (3,0,6)	3107111005 (a)
Phần tự chọn			**3**	
1	3107081002	Kỹ năng giao tiếp Communication Skills	3 (3,0,6)	
2	3107081003	Giao tiếp kinh doanh Business Communications	3(3,0,6)	
9.2 Khối kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành			**70**	
9.2.1 Kiến thức cơ sở ngành			**24**	
	Phần bắt buộc		**21**	
1	3107081004	Kinh tế vi mô Microeconomic	3 (3,0,6)	
2	3107082005	Nguyên lý kế toán Principles of Accounting	3 (3,0,6)	
3	3107082006	Quản trị học Introduction to Management	3 (3,0,6)	
4	3107082007	Marketing căn bản Fundamental Marketing	3 (3,0,6)	
5	3107082008	Lý thuyết tài chính tiền tệ Theories of money and finance	3 (3,0,6)	
6	3107082009	Tin học ứng dụng ngành QTKD Applied Informatics in Business	3 (1,4,6)	
7	3107082010	Tin học quản lý Managerial Informatics	3 (1,4,6)	
	Phần tự chọn		**3**	
1	3107082011	Địa lý kinh tế Việt Nam Vietnam Economic Geography	3(3,0,6)	
2	3107082012	Báo cáo thuế Tax Report	3 (2,2,6)	
3	3107082013	Thị trường chứng khoán Stock Exchange	3 (3,0,6)	
9.2.2 Kiến thức chuyên ngành			**39**	
Phần bắt buộc			**33**	
1	3107082014	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	3 (2,2,6)	

		Business Research Methods		
2	3107082015	Nguyên lý Thống kê kinh doanh Fundamentals of Business Statistics	3 (3,0,6)	
3	3107082016	Quản trị tài chính Financial Management	3 (3,0,6)	3107082005 (a)
4	3107082017	Quản trị hành chính văn phòng Administrative Office Management	3 (2,2,6)	3107082006 (a)
5	3107082018	Anh văn chuyên ngành 1 Business English 1	3 (3,0,6)	
6	3107082019	Quan hệ công chúng Public Relations	3 (2,2,6)	3107082007 (a)
7	3107083020	Quản trị dự án đầu tư Investment Project Management	3 (3,0,6)	3107082006 (a)
8	3107083021	Nghiệp vụ Ngoại thương Foreign Trade Skills	3 (3,0,6)	3107082006 (a)
9	3107083022	Quản trị điều hành Operations Management	3 (3,0,6)	3107082006 (a)
10	3107083023	Quản trị bán hàng Sales Management	3 (3,0,6)	3107082006 (a)
11	3107083024	Anh văn chuyên ngành 2 Business English 2	3 (3,0,6)	
	Phần tự chọn		**6**	
1	3107082025	Nghiên cứu marketing Research Marketing	3 (2,2,6)	3107082007 (a)
2	3107082026	Marketing điện tử Electronic Marketing	3 (3,0,6)	
3	3107082027	Quản trị chuỗi cung ứng Supply chain Management	3(3,0,6)	
4	3107083028	Quản trị tài nguyên nhân sự Human Resources Management	3 (3,0,6)	3107082006 (a)
5	3107083029	Marketing dịch vụ Services Marketing	3 (3,0,6)	3107082007 (a)
6	3107083030	Quản trị thương hiệu Brand Management	3 (3,0,6)	3107082007 (a)
7	3107083031	Hành vi người tiêu dùng Consumer Behavior	3 (3,0,6)	
9.2.3 Thực tập tốt nghiệp			**4**	
1	3107083097	Thực tập tốt nghiệp (Internship)	4(0,8,8)	
9.2.4 Khóa luận tốt nghiệp hoặc học môn thay thế			**3**	
1	3107083098	**Khóa luận tốt nghiệp** Thesis	3(0,6,6)	
		Hoặc học môn thay thế		
2	3107083099	Đạo đức kinh doanh	3(3,0,6)	

		Business Ethics		
	Tổng học phần không tích lũy		**12**	
	Tổng học phần tích lũy		**96**	
	Tổng cộng toàn khóa		**108**	

10. Kế hoạch giảng dạy:

TT	Mã HP	Tên môn học	Số TC	Học phần Học trước (a) Tiên quyết (b) Song hành (c)	Thời gian	Ghi chú
Học kỳ 1			**19**			
	Phần bắt buộc		**19**			
1	3107111007	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam	3 (3,0,6)			
2	3107091011	Toán Cao cấp 1	3 (3,0,6)			
3	3107091130	Giáo dục thể chất	4 (0,8,8)			
4	3107131130	Giáo dục quốc phòng 1	4 (1,6,8)			
5	3107111005	Pháp luật đại cương	3 (3,0,6)			
6	3107111006	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2 (2,0,4)			
Học kỳ 2			**22**			
	Phần bắt buộc		**19**			
1	3107111003	Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác – Lênin	5(5,0,10)			
2	3107131131	Giáo dục quốc phòng 2	4 (2,4,8)			
3	3107081004	Kinh tế vi mô	3 (3,0,6)			
4	3107121016	Anh văn	4 (4,0,8)			
5	3107081001	Luật kinh doanh	3 (3,0,6)	3107111005(a)		
	Phần tự chọn		**3**			
1	3107081002	Kỹ năng giao tiếp	3 (3,0,6)			
2	3107081003	Giao tiếp kinh doanh	3 (3,0,6)			
Học kỳ 3			**21**			
	Phần bắt buộc		**18**			
1	3107082006	Quản trị học	3 (3,0,6)			
2	3107082007	Marketing căn bản	3 (3,0,6)			
3	3107082005	Nguyên lý kế toán	3 (3,0,6)			
4	3107082008	Lý thuyết tài chính tiền tệ	3 (3,0,6)			
5	3107082015	Nguyên lý thống kê kinh doanh	3 (3,0,6)			
6	3107082009	Tin học ứng dụng ngành QTKD	3 (1,4,6)			

	Phần tự chọn		**3**			
1	3107082011	Địa lý kinh tế Việt Nam	3 (3,0,6)			
2	3107082012	Báo cáo thuế Tax Report	3 (2,2,6)			
3	3107082013	Thị trường chứng khoán	3 (3,0,6)			
	Học kỳ 4		**21**			
	Phần bắt buộc		**18**			
1	3107082014	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	3 (2,2,6)			
2	3107082018	Anh văn chuyên ngành 1	3 (3,0,6)			
3	3107082010	Tin học quản lý	3 (1,4,6)			
4	3107082019	Quan hệ công chúng	3 (2,2,6)	3107082007(a)		
5	3107082016	Quản trị tài chính	3 (3,0,6)	3107082005(a)		
6	3107082017	Quản trị hành chính văn phòng	3 (2,2,6)	1107403 (a)		
	Phần tự chọn		**3**			
1	3107082025	Nghiên cứu marketing	3 (2,2,6)	3107082007(a)		
2	3107082026	Marketing điện tử	3 (3,0,6)	3107082007(a)		
3	3107082027	Quản trị chuỗi cung ứng	3(3,0,6)			
	Học kỳ 5		**18**			
	Phần bắt buộc		**15**			
1	3107083020	Quản trị dự án đầu tư	3 (3,0,6)	3107082006(a)		
2	3107083021	Nghiệp vụ Ngoại thương	3 (3,0,6)	3107082006(a)		
3	3107083022	Quản trị điều hành	3 (3,0,6)	3107082006(a)		
4	3107083023	Quán trị bán hàng	3 (3,0,6)	3107082006(a)		
5	3107083024	Anh văn chuyên ngành 2	3 (3,0,6)			
	Phần tự chọn		**3**			
1	3107083028	Quản trị tài nguyên nhân sự	3 (3,0,6)	3107082006(a)		
2	3107083029	Marketing dịch vụ	3 (3,0,6)	3107082007(a)		
3	3107083030	Quản trị thương hiệu	3 (3,0,6)	3107082007(a)		
4	3107083031	Hành vi người tiêu dùng Consumer Behavior	3 (3,0,6)			
	Học kỳ 6		**7**			
	Phần bắt buộc		**7**			
1	3107083097	Thực tập tốt nghiệp	4(0,8,8)			
	Khóa luận tốt nghiệp hoặc học môn thay thế					
1	3107083098	Khóa luận tốt nghiệp	3 (0,6,6)			
	Hoặc học môn thay thế					
1	3107083099	Đạo đức kinh doanh	3(3,0,6)			
TỔNG CỘNG TOÀN KHÓA			**108**			

11. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các học phần ngành Quản trị Kinh doanh:

11.1. Địa lý kinh tế: 3 TC

Học phần Địa lý kinh tế bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến việc tổ chức sắp xếp các hoạt động kinh tế – xã hội của một quốc gia, hoặc khu vực; và thực tiễn thực hiện các công tác nêu trên. Nội dung cơ bản của Học phần này là giúp cho sinh viên làm quen với việc đánh giá sơ bộ các tiềm lực kinh tế, xã hội, và vai trò của nó đối với sự phát triển của các quốc gia.

11.2. Luật Kinh doanh: 3 TC

Học phần trang bị những kiến thức cơ bản về pháp luật và điều chỉnh lĩnh vực kinh doanh, làm cơ sở cho việc nghiên cứu các luật chuyên ngành tài chính, ngân hàng, luật thương mại cũng như các chế độ pháp lý điều chỉnh cơ cấu tổ chức, hoạt động và quản lý các loại hình doanh nghiệp

Nội dung bao gồm: địa vị pháp lý của các doanh nghiệp; Những nghĩa vụ kinh doanh; Quan hệ lao động trong doanh nghiệp; Chế độ hợp đồng kinh tế; Pháp luật về giải quyết tranh chấp kinh tế và phá sản doanh nghiệp.

11.3. Tin học ứng dụng ngành QTKD: 3 TC

Học phần tin học ứng dụng văn phòng trang bị cho sinh viên những kiến thức về các phần mềm công cụ ứng dụng trong công tác nghiệp vụ, quản lý văn phòng như là MS Winword, MS Excel, MS Powerpoint, Internet.

11.4. Lý thuyết Tài chính tiền tệ: 3 TC

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản như : chức năng tài chính- tiền tệ và cấu trúc hệ thống tài chính trong nền kinh tế; Hoạt động của thị trường tài chính; Các tổ chức tài chính trung gian; Hoạt động khu vực tài chính nhà nước: ngân sách và chính sách tài khóa; Hoạt động của hệ thống ngân hàng bao g?m ngân hàng thương mại, ngân hàng trung ương nhằm ổn định tiền tệ, cung ứng vốn, dịch vụ thanh toán cho nền kinh tế.

11.5. Quản trị học: 3 TC

Công việc quản trị có thể bắt gặp ở mọi nơi, mọi lúc và trong mọi tình huống từ việc quản lý thời gian, công việc cho chính bản thân mình đến việc tổ chức, điều hành công việc cho một nhóm người hay một tổ chức. Học phần Quản Trị Học bao gồm các khái niệm cơ bản về quản trị. Nội dung cơ bản của học phần này là nghiên cứu sâu vào các chức năng của quản trị.

11.6. Kinh tế vi mô **3 TC**

Giới thiệu các kiến thức cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các quy luật kinh tế cơ bản như quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh. Học phần còn đề cập đến hành vi của các thành viên trong một nền kinh tế: người tiêu dùng, doanh nghiệp và chính phủ. Qua đó sinh viên sẽ được trang bị công cụ phân tích để hiểu và có thể áp dụng khi học các học phần tiếp theo.

11.7. Marketing căn bản : **3 TC**

Học phần cung cấp những hiểu biết và kiến thức về những nguyên lý marketing và sự vận dụng chúng vào thực tiễn doanh nghiệp như hệ thống thông tin và và nghiên cứu marketing, môi trường marketing và thị trường các doanh nghiệp; Nhận dạng nhu cầu và hành vi khách hàng; phương pháp luận nghiên cứu marketing và và nguyên lý ứng xử của doanh nghiệp với thị trường, gồm: các chiến lược thị trường, các chính sách marketing căn bản và tổ chức quản trị marketing của doanh nghiệp.

11.8. Nguyên lý Thống kê kinh doanh: **3 TC**

Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các khái niệm thường dùng trong thống kê, cách thức thu thập, tổng hợp tài liệu thống kê và các mức độ khác nhau dùng để phân tích số liệu và dự đoán thống kê. Học phần này yêu cầu sinh viên nắm vững kiến thức phân tổ thống kê và dãy số thời gian.

11.9. Anh văn chuyên ngành 1 **4 TC**

Học phần anh văn chuyên ngành 1 nhằm trang bị cho sinh viên có khả năng sử dụng các từ vựng thương mại cơ bản thuộc chuyên ngành quản trị để giao tiếp, đọc hiểu các tài liệu về thương mại và soạn thảo các văn bản có liên quan đến thư tín thương mại.

11.10. Báo cáo Thuế: **3 TC**

Học phần này gồm những vấn đề cơ bản về thuế và những chính sách thuế của nhà nước liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nội dung cơ bản của học phần là nghiên cứu các sắc thuế hiện hành, làm rõ đặc điểm của từng loại thuế, phương pháp tính toán và các thủ tục cần thiết kê khai nộp thuế đối với nhà nước.

11.11. Nguyên lý Kế toán: **3 TC**

Nguyên lý kế toán là học phần thuộc phần kiến thức cơ sở ngành nhằm trang bị cho sinh viên những kiế thức cơ bản về khái niệm, đối tượng, nguyên tắc, chức năng nhiệm vụ, vai trò của kế toán; các phương pháp kế toán và việc vận dụng các

phương pháp kế toán vào quá trình hoạt động chủ yếu của một đơn vị cụ thể. Giúp cho sinh viên có kiến thức tổng quát về công việc kế toán và nền tảng để học tiếp tục các Học phần cao hơn như: kế toán tài chính doanh nghiệp, kế toán quản trị.

11.12. Giao tiếp kinh doanh: 3 TC

Trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về giao tiếp như: Khái niệm về giao tiếp, phương pháp giao tiếp, kỹ năng giao tiếp chung, giao tiếp cụ thể, cũng như nghệ thuật thương lượng đối với khách hàng cũng như đối với các đối tượng khác.

11.13. Quản trị bán hàng: 3 TC

Học phần này bao gồm các vấn đề liên quan đến phương pháp luận môn học. Nội dung chủ yếu trình bày các khái niệm cơ bản về bán hàng, từ đó dẫn dắt sinh viên tiếp cận những kiến thức về chào hàng, các bước bán hàng. Tiếp theo, sinh viên sẽ được cung cấp những kỹ năng bán hàng và kỹ năng tổ chức bán hàng.

11.14. Quản trị dự án đầu tư: 3 TC

Học phần Phân tích dự án đầu tư bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến hoạt động đầu tư trong doanh nghiệp. Nội dung cơ bản của Học phần này là nghiên cứu các bước để thành lập dự án đầu tư và các chỉ tiêu cơ bản để phân tích dự án đầu tư từ đó sinh viên có thể ra quyết định chấp nhận đầu tư vào dự án hay không …

11.15. Kỹ năng giao tiếp: 3 TC

Môn học Kỹ năng giao tiếp cung cấp những kiến thức nền tảng về kỹ năng giao tiếp, đặc biệt giao tiếp trong công sở (Communication for Business). Kỹ năng giao tiếp giới thiệu cho sinh viên những vấn đề cơ bản cần lưu ý trong giao tiếp hiệu quả; lý giải những yếu tố chi phối đến quá trình giao tiếp dưới góc nhìn truyền thông học, tâm lý học, xã hội học, văn hóa học. Môn học cũng giới thiệu khía cạnh giao tiếp cụ thể trong doanh nghiệp thông qua việc ứng dụng lý thuyết giao tiếp vào những bối cảnh và công việc cụ thể như giao tiếp nội bộ và bên ngoài, giao tiếp với những người đến từ nền văn hóa khác trong bối cảnh toàn cầu hóa, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng thương lượng, giải quyết xung đột.

11.16. Hành vi người tiêu dùng: 3 TC

Hành vi người tiêu dùng (HVNTD) là một lĩnh vực nghiên cứu có nguồn gốc từ các khoa học như tâm lý học, xã hội học, tâm lý xã hội học, nhân văn học và kinh tế học. Hành vi NTD chú trọng đến việc nghiên cứu tâm lý cá nhân, nghiên cứu những niềm tin cốt yếu, những giá trị, những phong tục, tập quán ảnh hưởng đến

hành vi con người và những ảnh hưởng lẫn nhau giữa các cá nhân trong quá trình mua sắm tiêu dùng. Đặc biệt, việc nghiên cứu HVNTD là một phần quan trọng trong nghiên cứu kinh tế học với mục đích tìm hiểu xem bằng cách nào (how) và tại sao (why) những NTD mua (hoặc không mua) các sản phẩm và dịch vụ, và quá trình mua sắm của NTD diễn ra như thế nào.

11.17. Nghiên cứu Marketing: 3 TC

Cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về kinh tế, giúp cho sinh viên có thể hiểu biết các chiến lược cạnh tranh, hoạch định nghiên cứu thị trường để đề ra các chiến lược tiếp thị đồng thời nhận biết được vị thế của các doanh nghiệp trên thị trường đồng thời nâng cao khả năng nghiên cứu thị trường của sinh viên.

11.18. Tin học quản lý: 3 TC

Cung cấp cho sinh viên kiến thức: Mã hóa các câu hỏi của bảng điều tra và nhập các dữ liệu này bằng phần mềm SPSS. Xử lý các thông số thống kê và phân tích dữ liệu. Viết thuyết minh kết quả.

11.19. Quản trị hành chính văn phòng: 3 TC

Học phần Quản trị hành chính văn phòng cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản nhất về các loại văn bản như : văn bản quản lý, văn bản qui phạm pháp luật; đào tạo khả năng soạn thảo một số các loại văn bản thông thường như: thông báo, báo cáo, hợp đồng lao động hợp đồng dân sự thông dụng, biên bản… đồng thời trang bị một số kiến thức về nghiệp vụ quản lý văn phòng, văn thư.

11.20. Thị trường chứng khoán: 3 TC

Học phần Thị Trường Chứng Khoán bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến hoạt động của thị trường vốn, chủ yếu là thị trường tài chính dài hạn. Nội dung cơ bản của Học phần này là nghiên cứu chủ yếu vào thị trường chứng khoán, các kỹ thuật phân tích và đầu tư chứng khoán. Thông qua đó, sinh viên sẽ có kiến thức nắm bắt được tình hình hoạt động của thị trường chứng khoán ở Việt Nam

11.21. Quản trị tài chính: 3 TC

Học phần Quản Trị tài chính bao gồm các vấn đề lý luận liên quan đến hoạt động quản trị tài chính trong doanh nghiệp. Nội dung cơ bản của học phần này là nghiên cứu sâu vào cách hoạch định và sử dụng vốn trong doanh nghiệp…

11.22. Quản trị chuỗi cung ứng 3 TC

Quản trị chuỗi cung ứng (một vài nơi còn gọi là Quản trị hậu cần) là học phần nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức về công tác thiết kế bao bì sản phẩm

phù hợp với môi trường; công tác quản lý kho bãi, giao nhận kho vận và công tác quản lý truyền thông qua mạng nhằm đáp ứng cho việc phân phối sản phẩm mang tính chất tòan cầu.

11.23. Marketing điện tử **3 TC**

Môn học thay đổi hệ tư tưởng cũ về marketing, cung cấp cho sinh viên một cái nhìn mới về marketing trong thời hiện đại với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ Internet. Ngoài việc cung cấp những hiểu biết về marketing điện tử, môn học chú trọng đến việc giúp sinh viên hình thành được khả năng thiết lập kế hoạch và triển khai marketing điện tử cho các cá nhân, tổ chức trong thực tế.

11.24. Marketing dịch vụ **3TC**

Học phần marketing dịch vụ nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức về marketing trong hoạt động kinh doanh tại các doanh nghiệp dịch vụ như du lịch

11.25. Nghiệp vụ ngoại thương **3 TC**

Học phần quản trị xuất nhập khẩu bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến công tác quản lý một doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu, bao gồm các hoạt động giao nhận nhận ngoại thương thanh toán trong lĩnh vực ngoại thương. Thông qua đó, dẫn dắt sinh viên làm quen với nội dung liên quan đến việc thanh toán như : bộ chứng từ thanh toán, điều kiện giao hàng, điều kiện thanh toán…

11.26. Quản trị điều hành: **3 TC**

Nội dung học phần Quản trị điều hành bao gồm các vấn đề liên quan đế qúa trình tổ chức thực hiện sản xuất. Cụ thể là liên quan đến vấn đề hoạch định, tổ chức triển khai hoạt động sản xuất, dịch vụ. Trong đó tập trung vào việc quản trị hàng tồn kho, hoạch định nhu cầu vật tư, điều độ tác nghiệp, quản trị chất lượng, bố trí mặt bằng….

11.27. Đạo đức kinh doanh **3 TC**

Học phần trang bị cho sinh những kiến thức về các quan điểm và hành vi của doanh nghiệp về đạo đức kinh doanh. Nội dung học phần bao gồm các vấn đề lịch sử quan hệ giữa đạo đức và doanh nghiệp, quan điểm đạo đức kinh doanh theo các trường phái, đạo đức và việc quản lý trong doanh nghiệp và những phương thức thực hành mới để doanh nghiệp hành động có đạo đức.

11.28. Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh **3 TC**

Học phần giới thiệu cho học viên những nguyên tắc về phương pháp luận nghiên cứu khoa học, đồng thời trang bị những phương pháp để thực hiện một đề tài nghiên cứu trong các lĩnh vực quản lý.

11.29. Quan hệ công chúng **3 TC**

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về hoạt động quan hệ công chúng (Public Relations) như nguồn gốc của PR, chức năng của PR và những lợi ích của PR đối với doanh nghiệp.

11.30. Anh văn chuyên ngành 2 **4 TC**

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng sử dụng các từ vựng thương mại cơ bản thuộc chuyên ngành quản trị để giao tiếp, đọc hiểu các tài liệu về thương mại và soạn thảo các văn bản có liên quan đến thư tín thương mại.

11.31. Quản trị tài nguyên nhân sự **3 TC**

Môn học giới thiệu các chức năng quản trị tài nguyên nhân sự nhằm cung cấp cho sinh viên các kiến thức cần thiết để quản lý con người trong doanh nghiệp hiệu quả, bao gồm bốn lĩnh vực chủ yếu: hoạch định nguồn nhân lực, thu hút và tuyển chọn, đào tạo và phát triển, và duy trì – quản lý. Bên cạnh đó, sinh viên được trao dồi các kỹ năng quản lý như phân tích công việc, đánh giá kết quả làm việc, phỏng vấn ứng viên….

11.32. Quản trị thương hiệu **3 TC**

Môn học giới thiệu những vấn đề như khái niệm về thương hiệu, vai trò chức năng của thương hiệu, các mô hình, chiến lược thương hiệu; thiết kế và bảo vệ thương hiệu; quảng bá và khai thác thương hiệu, xử lý những tình huống thương hiệu.

11.33. Toán cao cấp 1 **3 TC**

Học phần Toán cao cấp 1 nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức : Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính, giới hạn,liên tục, đạo hàm, vi phân của hàm một biến, tích phân bất định, tích phân xác định và hàm nhiều biến, tích phân kép, tích phân đường.

11.34. Anh văn **4 TC**

Học phần Anh văn giúp sinh viên hệ thống lại, ôn lại những kiến thức cơ bản mà sinh viên đã học ở phổ thông. Vì vậy, các đơn vị bài học trong giáo trình phải phục vụ cho mục tiêu củng cố kiến thức. Những kiến thức này được trình bày dưới

dạng giới thiệu lại, và ôn luyện dưới hình thức mà một bài thi TOEIC chuẩn yêu cầu.

11.35. Khóa luận tốt nghiệp **4 TC**

Luận văn chuyên ngành về một đề tài cụ thể bao gồm: phần mở đầu, phần tổng quan, những nghiên cứu thực nghiệm hoặc lý thuyết, đánh giá phân tích các kết quả và đưa ra kết luận cũng như các kiến nghị cần thiết.

12. Hướng dẫn thực hiện chương trình:

Khi thực hiện chương trình đào tạo cần chú ý đến một số vấn đề như sau:

- **Đối với các đơn vị đào tạo:**

- Phải nghiên cứu chương trình khung để tổ chức thực hiện đúng yêu cầu về nội dung của chương trình.

- Phân công giảng viên phụ trách từng học phần và cung cấp chương trình chi tiết cho giảng viên để đảm bảo ổn định kế hoạch giảng dạy.

- Chuẩn bị thật kỹ đội ngũ cố vấn học tập, yêu cầu cố vấn học tập phải hiểu cặn kẽ toàn bộ chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ để hướng dẫn sinh viên đăng ký các học phần.

- Chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu tham khảo, cơ sở vật chất, để đảm bảo thực hiện tốt chương trình.

- Cần chú ý đến tính logic của việc truyền đạt và tiếp thu các mảng kiến thức, quy định các học phần tiên quyết của các học phần bắt buộc và chuẩn bị giảng viên để đáp ứng yêu cầu giảng dạy các học phần tự chọn.

- **Đối với giảng viên.**

- Khi giảng viên được phân công giảng dạy một hoặc nhiều đơn vị học phần cần phải nghiên cứu kỹ nội dung đề cương chi tiết từng học phần để chuẩn bị bài giảng và các phương tiện đồ dùng dạy học phù hợp.

- Giảng viên phải chuẩn bị đầy đủ giáo trình, tài liệu học tập cung cấp cho sinh viên trước một tuần để sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp.

- Tổ chức cho sinh viên các buổi Seminar, chú trọng đến việc tổ chức học nhóm và hướng dẫn sinh viên làm tiểu luận, đồ án, giảng viên xác định các phương pháp truyền thụ; thuyết trình tại lớp, hướng dẫn thảo luận, giải quyết những vấn đề tại lớp, tại xưởng, tại phòng thí nghiệm và hướng dẫn sinh viên viết thu hoạch.

- **Kiểm tra, đánh giá:**

- Giảng viên và cố vấn học tập phải kiểm soát được suốt quá trình học tập của sinh viên, kể cả ở trên lớp và ở nhà.

- Việc kiểm tra, đánh giá học phần là một công cụ quan trọng cần phải được tổ chức thường xuyên để góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, nên giảng viên phải thực hiện theo đúng theo quy chế của học chế tín chỉ.

- Giảng viên phải kiên quyết ngăn chặn và chống gian lận trong tổ chức thi cử, kiểm tra và đánh giá.

- **Đối với sinh viên**

- Phải tham khảo ý kiến tư vấn của cố vấn học tập để lựa chọn học phần cho phù hợp với tiến độ.

- Phải nghiên cứu chương trình học tập trước khi lên lớp để dễ tiếp thu bài giảng.
- Phải đảm bảo đầy đủ thời gian lên lớp để nghe hướng dẫn bài giảng của giảng viên.
- Tự giác trong khâu tự học và tự nghiên cứu, đồng thời tích cực tham gia học tập theo nhóm, tham dự đầy đủ các buổi Seminar.
- Tích cực khai thác các tài nguyên trên mạng và trong thư viện của trường để phục vụ cho việc tự học, tự nghiên cứu và làm đồ án tốt nghiệp.
- Thực hiện nghiêm túc quy chế thi cử, kiểm tra, đánh giá.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2015

HIỆU TRƯỞNG

13. CHƯƠNG TRÌNH HỌC PHẦN CHI TIẾT

1. Tên học phần : LUẬT KINH DOANH
2. Mã học phần : 3107081001
3. Số tín chỉ : 3(3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1
5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không
7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng cơ bản về luật trong hoạt động kinh doanh nhằm giúp cho sinh viên năm rõ những điều luật liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đồng thời giải quyết các tình huống xảy đến sự tranh chấp, kiện tụng trong lĩnh vực kinh doanh

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần trang bị những kiến thức cơ bản về pháp luật và điều chỉnh lĩnh vực kinh doanh, làm cơ sở cho việc nghiên cứu các luật chuyên ngành tài chính, ngân hàng, luật thương mại cũng như các chế độ pháp lý điều chỉnh cơ cấu tổ chức, hoạt động và quản lý các loại hình doanh nghiệp

Nội dung bao gồm: địa vị pháp lý của các doanh nghiệp; Những nghĩa vụ kinh doanh; Quan hệ lao động trong doanh nghiệp; Chế độ hợp đồng kinh tế; Pháp luật về giải quyết tranh chấp kinh tế và phá sản doanh nghiệp.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- Bài tập: trên lớp và ở nhà
- Khác: theo yêu cầu của giảng viên

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

- [1] . Nguyễn Minh Tuấn, TS. Đặng Công Tráng biên soạn - Giáo trình Luật Kinh Doanh, NXB Thống Kê, 2007

- Tài liệu tham khảo:

- [2]. Luật doanh nghiệp, NXB Chính Trị, 2005
- [3]. Luật doanh nghiệp nhà nước, NXB Chính Trị, 2005
- [4]. Nguyễn Quốc Sỹ, Nguyễn Văn Nông, Luật Kinh Doanh NXB Đại học Quốc gia TPHCM, 2009.
- [5]. PGS. TS. Phan Duy Nghĩa, Luật Kinh Tế, NXB Công an Nhân dân, 2015.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Một số vấn đề lý luận về luật kinh doanh	2	2		4	
2	Các hình thức doanh nghiệp	3	3		6	
3	Hợp đồng thương mại	13	13		26	
4	Phá sản doanh nghiệp	13	13		26	
5	Giải quyết tranh chấp trong thương mại	14	14		28	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ LUẬT KINH DOANH

BÀI 1:

1. Khái niệm luật kinh doanh
1.1 Khái niệm luật kinh doanh theo nghĩa rộng
1.2 Khái niệm luật kinh doanh theo nghĩa hẹp
2 Đối tượng điều chỉnh của luật kinh doanh
3 Phương pháp điều chỉnh của luật kinh doanh
3.1 Phương pháp bình đẳng-tự nguyện
3.2 Phương pháp quyền uy- phục tùng
4 Chủ thể của luật kinh doanh
4.1 Điều kiện để tổ chức trở thành chủ thể chủ luật kinh doanh
4.2 Điều kiện để cá nhân trở thành chủ thể của luật kinh doanh
5. Cơ cấu của luật kinh doanh
6. Nguồn của luật kinh doanh

CHƯƠNG 2: HÌNH THỨC DOANH NGHIỆP

BÀI 2 : MỘT SỐ QUI ĐINH CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP

1. Khái niệm doanh nghiệp
2. Quyền và nghĩa vụ chung của doanh nghiệp
2.1. Quyền của doanh nghiệp
2.2. Nghĩa vụ của doanh nghiệp
3. Những qui định chung về tổ chức lại doanh nghiệp
3.1. Chia doanh nghiệp
3.2. Tách doanh nghiệp
3.3. Hợp nhất doanh nghiệp
3.4. Sáp nhập doanh nghiệp
3.5. Chuyển đổi doanh nghiệp
4. Những quy định chung về giải thể và phá sản doanh nghiệp
4.1. Giải thể doanh nghiệp
4.2. Phá sản doanh nghiệp

BÀI 3: DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC

1. Khái niệm và đặc điểm của doanh nghiệp nhà nước

1.1. Khái niệm doanh nghiệp nhà nước
1.2. Đặc điểm của doanh nghiệp nhà nước
2. Phân loại doanh nghiệp nhà nước
3. Cách thành lập doanh nghiệp nhà nước
4. Quyền và nghĩa vụ cơ bản của doanh nghiệp nhà nước
5. Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp nhà nước
5.1. Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp nhà nước có hội đồng quản trị
5.2. Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp nhà nước không có hội đồng quản trị

BÀI 4: HỢP TÁC XÃ

1. Khái niệm và đặc điểm của hợp tác xã
1.1. Khái niệm
1.2. Đặc điểm
2. Những nguyên tắc tổ chức và hoạt động của hợp tác xã
3. Thủ tục thành lập hợp tác xã
4. Cơ cấu tổ chức hợp tác xã

Bài 5: CÁC LOẠI HÌNH CÔNG TY

1. Một số nhận thức cơ bản về công ty
1.1. Khái niệm chung về công ty
1.2. Sự ra đời và phát triển của công ty kinh doanh
1.3. Các loại hình công ty trên thế giới
2. Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên
2.1. Khái niệm và đặc điểm CTTNHH hai thành viên trở lên
2.2.1. Khái niệm
2.2.2. Đặc điểm
2.2. Quyền và nghĩa vụ của thành viên công ty
2.3. Cơ cấu tổ chức của CTTNHH hai thành viên trở lên
2.4. Mua lại và chuyển nhượng phần vốn góp của các thành viên công ty
2.5. Việc thực hiện góp vốn và cấp giấy chứng nhận phần góp vốn
2.6. Nguyên tắc phân chia lợi nhuận
3 Công ty cổ phần
3.1 Khái niệm và đặc điểm của công ty cổ phần
3.2 Cổ phần, cổ phiếu
3.3 Cơ cấu tổ chức của công ty cổ phần

3.3.1 Đại hội đồng cổ đông
3.3.2 Hội đồng quản trị
3.3.3 Giám đốc (tổng giám đốc) công ty
3.3.4 Ban kiểm soát
4 Công ty hợp danh
4.1 Khái niệm đặc diểm
4.2 Cơ cấu tổ chức
5 Công ty trách nhiệm một thành viên
4.1 Khái niệm và đặc điểm
4.2 Quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu
4.3 Một số giới hạn đối với quyền của chủ sở hữu
4.4 Cơ cấu tổ chức

BÀI 6: DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN
1 Khái niệm và đặc điểm của doanh nghiệp tư nhân
2 Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp tư nhân

BÀI 7: DOANH NGHIỆP CÓ VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI
1 Nội dung cơ bản của luật đầu tư
2 Các loại doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài
2.1 Doanh nghiệp liên doanh
2.2 Doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài

CHƯƠNG 3 : HỢP ĐỒNG THƯƠNG MẠI
BÀI 8: HỢP ĐỒNG THƯƠNG MẠI
1 Khái niệm và đặc điểm
2 So sánh hợp đồng thương mại với hợp đồng dân sự
3 Ký kết hợp đồng thương mại
3.1 Nguyên tắc ký kết hợp đồng
3.2 Các cách ký kết hợp đồng
3.3 Nội dung của hợp đồng
4 Thực hiện hợp đồng
4.1 Nguyên tắc thực hiện hợp đồng

4.2 Các biện pháp bảo đảm thực hiện hợp đồng
5 Hậu quả pháp lý do vi phạm hợp đồng kinh tế
5.1 Hậu quả pháp lý
5.2 Trách nhiệm tài sản trong hợp đồng thương mại phát sinh khi có các điều kiện sau đây

CHƯƠNG 4: PHÁ SẢN DOANH NGHIỆP

1 Khái niệm phá sản doanh nghiệp
2 Những nội dung cơ bản của luật phá sản doanh nghiệp
2.1 Đối tượng và phạm vi điều chỉnh của luật phá sản.
2.2 Các cơ quan có thẩm quyền tham gia vào quá trình giải quyết phá sản doanh nghiệp.
2.3 Những đối tượng có quyền nộp đơn yêu cầu tuyên bố phá sản doanh nghiệp.
2.4 Tổ quản lý tài sản.
2.5 Hội nghị chủ nợ.
2.6 Quyền, nghĩa vụ của chủ nợ và doanh nghiệp mắc nợ trong quá trình giải quyết yêu cầu tuyên bố phá sản.
2.7 Hòa giải và giải pháp tổ chức lại hoạt động khinh doanh của doanh nghiệp.
2.7.1 Tuyên bố phá sản và phân chia giá trị tài sản của doanh nghiệp.
2.7.2 Thi hành quyết định tuyên bố phá sản doanh nghiệp.

CHƯƠNG 5: GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP TRONG THƯƠNG MẠI

1. Khái quát về tranh chấp thương mại và phương thức giải quyết thương mại
2. Thương lượng và hòa giải.
3. Trọng tài thương mại
4. Toà án

1. **Tên học phần : LÝ THUYẾT TÀI CHÍNH TIỀN TỆ**
2. **Mã học phần : 3107082008**
3. **Số tín chỉ : 3(3,0,6)**
4. **Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1**
5. **Phân bố thời gian**
   - Lên lớp : 45 tiết
   - Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
   - Thực hành : 0 tiết
   - Tự học : 90 tiết
6. **Điều kiện tiên quyết : Không**
7. **Mục tiêu của học phần**

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng, kiến thức về Tài chính – Tiền tệ làm nền tảng cho việc nghiên cứu các học phần thuộc kiến thức chuyên ngành và bổ trợ chuyên ngành.

8. **Mô tả vắn tắt nội dung học phần**

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản như : chức năng tài chính- tiền tệ và cấu trúc hệ thống tài chính trong nền kinh tế; Hoạt động của thị trường tài chính; Các tổ chức tài chính trung gian; Hoạt động khu vực tài chính nhà nước: ngân sách và chính sách tài khóa; Hoạt động của hệ thống ngân hàng (Ngân hàng thương mại, ngân hàng trung ương) nhằm ổn định tiền tệ, cung ứng vốn, dịch vụ thanh toán cho nền kinh tế.

9. **Nhiệm vụ của sinh viên**

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10.Tài liệu học tập

- ***Sách, giáo trình chính***:

- [1] PGS. TS. Phan Thị Cúc , Th.S. Đoàn Văn Huy, *Giáo trình Lý thuyết tài chính tiền tệ*, NXB Thống kê, 2010.

- ***Tài liệu tham khảo***:

- [2] PGS. TS Dương Thị Bình Minh, *Lý thuyết tài chính tiền tệ* , NXB Giáo dục, 1999.
- [3] TS Nguyễn Ngọc Hùng, *Lý thuyết tài chính tiền tệ*, NXB Thống Kê, 1998
- [4] TS Dương Đăng Chinh, *Lý thuyết tài chính*, NXB Tài Chính, 2000.
- [5] PGS.TS. Nguyễn Hữu Tài**,** *Lý thuyết tài chính tiền tệ*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2012.
- [6] PGS.TS. Lê Thị Mận**,** *Lý thuyết tài chính tiền tệ***,** NXB Lao Động - Xã Hội**,** 2014.

11.Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12.Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Bản chất và chức năng của tiền tệ	6	6		12	
2	Tổng quan hệ thống tài chính	13	13		26	
3	Tổng quan về thị trường tài chính	13	13		26	
4	Những vấn đề cơ bản của tiền tệ	13	13		26	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Chương 1: BẢN CHẤT VÀ CHỨC NĂNG CỦA TIỀN TỆ

1.1 Bản chất của tiền tệ

1.1.1 Sự ra đời của tiền tệ

1.1.2 Bản chất của tiền tệ

1.2 - Chức năng của tiền tệ

1.2.1 Chức năng thước đo giá trị

1.2.2 Chức năng phương tiện lưu thông

1.2.3 Chức năng phương tiện dự trữ giá trị

1.2.4 Chức năng phương tiện thanh toán

1.2.5 Chức năng tiền tệ thế giới

1.3 Vai trò của tiền tệ

1.3.1 Là công cụ thực hiện yêu cầu hạch toán kinh tế

1.3.2 Là công cụ quản lý vĩ mô

1.4 Sự phát triển của các hình thái tiền tệ

1.5 Các chế độ tiền tệ

1.5.1 Chế độ song bản vị

1.5.2 Chế độ bản vị vàng

1.5.3 Chế độ tiền giấy

Chương 2: TỔNG QUAN HỆ THỐNG TÀI CHÍNH

2.1 Bản chất, chức năng của tài chính

2.1.1 Bản chất của tài chính

2.1.2 Chức năng của tài chính

2.2 Bản chất, chức năng của hệ thống tài chính

2.2.1 Bản chất của hệ thống tài chính

2.2.2 Chức năng của hệ thống tài chính

2.3 Các khâu của hệ thống tài chính

2.3.1 Tài chính ngân sách

2.3.2 Tài chính doanh nghiệp

2.3.3 Các trung gian tài chính

2.3.4 Tài chính hộ gia đình và các tổ chức xã hội

Chương 3: TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH

3.1 Những vấn đề chung về thị trường tài chính

3.1.1 Bản chất của thị trường tài chính

3.1.2 Chức năng của thị trường tài chính

3.1.3 Vai trò của thị trường tài chính

3.2 Phân loại thị trường tài chính

3.2.1 Theo tiêu thức thời hạn công cụ thị trường tài chính

3.2.2 Theo tiêu thức luân chuyển vốn

3.2.3 Theo tiêu thức tổ chức thị trường

3.3 Thị trường tiền tệ và thị trường vốn

3.3.1 Thị trường tiền tệ

3.3.2 Thị trường tiền vốn

3.4 Quá trình phát triển của thị trường tài chính Việt Nam

Chương 4: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA TIỀN TỆ

4.1 Khái niệm chung và cầu tiền tệ

4.1.1 Khái niệm mức cung tiền tệ

4.1.2 Khái niệm mức cầu tiền tệ

4.2 Lạm phát tiền tệ

4.2.1 Khái niệm và các loại lạm phát

4.2.2 Nguyên nhân lạm phát

4.2.3 Hậu quả lạm phát

4.3 Bản chất, chức năng của ngân hàng trung ương (NHTW)

4.3.1 Bản chất của NHTW

4.3.2 Chức năng của NHTW

4.4 Vai trò của NHTW trong kiểm soát cung tiền tệ

4.4.1 Quá trình cung ứng tiền của hệ thống ngân hàng

4.4.2 Công cụ kiểm soát mức cung tiền

4.4.3 Vai trò kiểm soát mức cung tiền của NHTW

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ HỌC

2. Mã học phần : 3107082006

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng về những khái niệm chung về quản trị.

Giới thiệu các chức năng chính về quản trị như hoạch định, tổ chức, điều khiển và kiểm tra; một số vấn đề như quản lý thay đổi, quản lý xung đột và nguy cơ; các biện pháp cứu nguy trong quản trị.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Công việc quản trị có thể bắt gặp ở mọi nơi, mọi lúc và trong mọi tình huống – từ việc quản lý thời gian, công việc cho chính bản thân mình đến việc tổ chức, điều hành công việc cho một nhóm người hay một tổ chức. Học phần Quản Trị Học bao gồm các khái niệm cơ bản về công tác quản trị trong một tổ chức. Nội dung cơ bản của học phần này là nghiên cứu sâu vào các chức năng của quản trị.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- ***Sách, giáo trình chính***:
- [1] PGS.TS. Trần Anh Tài, *Quản Trị Học* , Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, 2014.
- ***Tài liệu tham khảo:***

- [2] Th.S Phạm Đình Phương, *Quản Trị Học Nhập Môn*, NXB TP.HCM, 1997.
- [3] TS. Nguyễn Thanh Hội, TS.Phan Thăng, *Quản Trị Học*, NXB Thống Kê, 2006.
- [4] Th.S Nguyễn Hữu Lam, *Nghệ Thuật Lãnh Đạo*, NXB Giáo Dục, 1997.
- [5] PGS. TS. Nguyễn Thị Liên Diệp, *Quản Trị Học*, NXB Lao Động Xã Hội, 2010.
- [6] TS. Nguyễn Thanh Hội, TS. Phan Thăng, *Quản Trị Học*, NXB Hồng Đức, 2011.
- [7] PGS. TS. Nguyễn Thị Liên Diệp, *Quản Trị Học*, NXB Thống Kê, 2006.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Tổng quan về quản trị	3	3		6	
2	Sự tiến triển của tư tưởng quản trị	2	2		4	
3	Văn hoá của tổ chức và môi trường kinh doanh.	5	5		10	
4	Quyết định quản trị	8	8		16	
5	Hoạch định	9	9		18	
5	Tổ chức	9	9		18	
6	Lãnh đạo	6	6		12	

7	Kiểm tra	3	3		6	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 : TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ

1.1 Khái niệm quản trị

1.1.1 Sự cần thiết của các hoạt động quản trị trong tổ chức

1.1.2 Quản trị là gì?

1.1.3 Hiệu quả của hoạt động quản trị

1.1.4 Các chức năng quản trị

1.1.4.1 Chức năng hoạch định (planning)

1.1.4.2 Chức năng tổ chức (organizing)

1.1.4.3 Chức năng lãnh đạo (leading)

1.1.4.4 Chức năng kiểm tra (reviewing)

1.2 Quản trị là khoa học và nghệ thuật

1.2.1 Quản trị là khoa học

1.2.2 Quản trị là nghệ thuật

1.3 Nhà quản trị

1.3.1 Khái niệm

1.3.2 Cấp bậc quản trị trong một tổ chức

1.3.2.1 Nhà quản trị cấp cao (top managers)

1.3.2.2 Nhà quản trị cấp giữa hay trung gian (middle managers)

1.3.2.3 Nhà quản trị cấp cơ sở (first line managers)

1.3.3 Vai trò của nhà quản trị

1.3.3.1 Các vai trò quan hệ với con người

1.3.3.2 Các vai trò thông tin

1.3.3.3 Các vai trò quyết định

1.3.4 Kỹ năng của nhà quản trị

1.3.4.1 Kỹ năng kỹ thuật (technical skills)

1.3.4.2 Kỹ năng nhân sự (human skills)

1.3.4.3 Kỹ năng nhận thức hay tư duy (conceptual skills)

CHƯƠNG 2 : SỰ TIẾN TRIỂN CỦA TƯ TƯỞNG QUẢN TRỊ

2.1 Bối cảnh lịch sử

2.1.1 Sự quan trọng của lịch sử quản trị
2.1.2 Những tác động ảnh hưởng lên tư tưởng quản trị
2.1.3 Nguồn gốc của tư tưởng quản trị
2.2 Trường phái tư tưởng quản trị cổ điển
2.2.1 Trường phái quản trị khoa học
2.2.2 Trường phái quản trị hành chánh
2.3 Trường phái tâm lý xã hội trong quản trị
2.3.1 Các nhà tiên phong của trường phái
2.3.2 Nhận xét về trường phái tác phong trong quản trị
2.4 Trường phái định lượng trong quản trị
2.4.1 Quản trị khoa học
2.4.2 Quản trị tác nghiệp
2.4.3 Quản trị hệ thống thông tin
2.4.5 Nhận xét về trường phái định lượng trong quản trị
2.5 Trường phái hội nhập trong quản trị
2.5.1 Khảo hướng quá trình quản trị
2.5.2 Khảo hướng ngẫu nhiên
2.5.3 Khảo hướng hệ thống
2.6 Trường phái quản trị hiện đại
2.6.1 Lý thuyết Z
2.6.2 Tiếp cận theo 7 yếu tố

CHƯƠNG 3 : VĂN HOÁ CỦA TỔ CHỨC VÀ MÔI TRƯỜNG TỔ CHỨC

3.1 Văn hoá của tổ chức
3.1.1 Khái niệm
3.1.2 Ảnh hưởng của văn hoá doanh nghiệp đến tiến trình quản lý doanh nghiệp
3.2 Môi trường kinh doanh
3.2.1 Khái niệm
3.2.2 Môi trường vĩ mô
3.2.2.1 Các yếu tố kinh tế
3.2.2.2 Yếu tố về pháp luật
3.2.2.3 Yếu tố chính trị
3.2.2.4 Yếu tố xã hội học
3.2.2.5 Yếu tố môi trường tự nhiên

3.2.2.6 Yếu tố kỹ thuật, công nghệ
3.2.3 Môi trường vi mô
3.2.3.1 Cạnh tranh
3.2.3.2 Khách hàng
3.2.3.3 Cung ứng
3.2.3.4 Sản phẩm thay thế
3.2.3.5 Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn (Potential competitors)
3.3 Môi trường tác nghiệp hay môi trường nội bộ doanh nghiệp
3.3.1 Yếu tố nhân lực
3.3.2 Khả năng tài chính
3.3.3 Khả năng nghiên cứu và phát triển
3.3.4 Văn hoá của tổ chức

CHƯƠNG 4: HOẠCH ĐỊNH

4.1. Những cơ sở hoạch định
4.1.1 Những khái niệm cơ sở của hoạch định
4.1.2 Hoạch định là gì?
4.1.3 Tác dụng của hoạch định
4.1.4 Ác loại hoạch định
4.1.5 Qui trình hoạch định
4.2 Mục tiêu – nền tảng của hoạch định
4.2.1 Khái niệm
4.2.2 Vai trò
4.2.3 Các yêu cầu
4.2.4 Quản Trị Bằng Mục Tiêu – Management by Objectives (MBO)
4.3 Hoạch định chiến lược
4.3.1 Chiến lược là gì?
4.3.1.1 Thế nào là hoạch định chiến lược?
4.3.1.2 Lợi ích của hoạch định chiến lược
4.3.2 Các loại chiến lược
4.3.2.1 Chiến lược ổn định
4.3.2.2 Chiến lược tăng trưởng
4.3.2.3 Chiến lược suy giảm
4.3.2.4 Chiến lược tổng hợp

4.3.2.5 Chiến lược cạnh tranh của Michael Porter
4.3.2.6 Chiến lược kéo và chiến lược đẩy
4.3.3 Qui trình hoạch định chiến lược
4.3.4 Công cụ hoạch định chiến lược : ma trận SWOT
4.4 Hoạch định tác nghiệp
4.4.1 Khái niệm
4.4.2 Qui trình hoạch định tác nghiệp

CHƯƠNG 5: TỔ CHỨC
5.1 Cơ cấu tổ chức
5.1.1 Các nguyên tắc của tổ chức quản trị
5.1.2 Cơ sở để thiết kế bộ máy tổ chức
5.2 Một số vấn đề trong công tác tổ chức
5.2.1 Tầm hạn quản trị
5.2.2 Quyền hành trong quản trị
5.2.3 Phân cấp trong quản trị
5.3 Xây dựng cơ cấu tổ chức
5.3.1 Khái niệm
5.3.2 Các dạng cấu trúc tổ chức :
5.3.2.1 Cấu trúc tổ chức theo chức năng
5.3.2.2 Cấu trúc tổ chức theo sản phẩm
5.3.2.3 Cấu trúc tổ chức theo khách hàng
5.3.2.4 Cấu trúc theo địa lý
5.4 Sự phân chia quyền lực
5.4.1 Khái niệm
5.4.2 Ủy quyền

CHƯƠNG 6 : ĐIỀU KHIỂN
6.1 Khái niệm
6.2 Lãnh đạo
6.2.1 Các khái niệm
6.2.1.1 Lãnh đạo
6.2.1.2 Người lãnh đạo
6.2.2 Phong cách lãnh đạo

6.2.2.1 Định nghĩa
6.2.2.2 Các mô hình phong cách lãnh đạo
6.2.2.3 Lựa chọn phong cách lãnh đạo
6.3 Động viên tinh thần làm việc của nhân viên
6.3.1 Các khái niệm
6.3.1.1 Động viên
6.3.1.2 Động cơ làm việc
6.3.2 Các LÝ THUYẾT về động cơ thúc đẩy
6.3.2.1 LÝ THUYẾT của Maslow
6.3.2.2 LÝ THUYẾT của Herzberg
6.3.2.3 LÝ THUYẾT của E.R.G
6.3.2.4 Thuyết mong đợi
6.3.2.5 Giả thiết 2 bản chất của Mc.Gregor
6.3.3 Ứng dụng các thuyết động viên trong công tác quản trị
6.4 Thông tin trong quản trị
6.4.1 Các khái niệm
6.4.2 Những hình thức thông tin
6.4.3 Thông tin trong tổ chức
6.4.4 Những trở ngại trong thông tin
6.4.5 Quản trị thông tin vượt qua những trở ngại
6.5 Quản trị thay đổi, xung đột và kích động
6.5.1 Các khái niệm
6.5.2 Những yếu tố gây biến động
6.5.3 Những kỹ thuật của quản trị sự thay đổi

CHƯƠNG 7: KIỂM TRA
7.1 Mục đích và tác dụng của kiểm tra
7.1.1 Khái niệm
7.1.2 Mục đích của kiểm tra
7.1.3 Tác dụng của kiểm tra
7.2 Các nguyên tắc xây dựng cơ chế kiểm tra
7.3 Quá trình kiểm tra cơ bản
7.3.1 Xây dựng các tiêu chuẩn kiểm tra
7.3.2 Đo lường việc thực hiện

7.3.3 Điều chỉnh sai lệch

7.4 Các hình thức kiểm tra

7.4.1 Kiểm tra lường trước

7.4.2 Kiểm tra hiện hành

7.4.3 Kiểm tra phản hồi

7.5 Các loại kiểm tra

7.5.1 Kiểm tra hành vi

7.5.2 Kiểm tra tài chính

1. Tên học phần : KINH TẾ VI MÔ

2. Mã học phần : 3107081004

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh vên năm thứ 2

5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết: không

7. Mục tiêu học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng hiểu biết sơ kiến thức cơ bản về kinh tế, giúp cho sinh viên có thể hiểu biết và nắm bắt các quy luật kinh tế trên thị trường.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần:

Giới thiệu các kiến thức cơ bản và cơ sở về hoạt động của nền kinh tế thị trường thông qua việc phân tích các quy luật kinh tế cơ bản như quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh. Học phần còn đề cập đến hành vi của các thành viên trong một nền kinh tế: người tiêu dùng, doanh nghiệp và chính phủ. Qua đó sinh viên sẽ được trang bị công cụ phân tích để hiểu và có thể áp dụng khi học các học phần tiếp theo.

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập:

- Sách, giáo trình chính:

[1] PGS.TS. Lê Thế Giới (chủ biên), Kinh tế vi mô, NXB Lao Động - Xã Hội, 2014.

- Tài liệu tham khảo :

[1] PGS.TS. Đinh Phi Hổ, Kinh tế vi mô: Căn bản và Nâng cao, NXB Tài Chính, 2013.

[2] PGS TS Nguyễn Văn Dần & ThS Nguyễn Hồng Nhung, Giáo trình Kinh tế vi mô,NXB tài Chính, 2014.

[3] David Begg, Stanley Fischer và Rudiger Dornbusch. *Kinh tế học*, Tái bản lần thứ tám của Nhà xuất bản Mc Graw Hill, bản dịch tiếng Việt của Nhà xuất bản Thống kê, năm 2009.

[4] Jack Hirshleifer và Amihai Glazer, *Lý thuyết giá cả và sự vận dụng*, Tái bản lần thứ năm, bản dịch tiếng Việt của Nhà xuất bản Khoa học kỹ thuật, năm 1996.

[5] N. Gregory Mankiw, *Nguyên lý Kinh tế học tập II* , bản dịch tiếng Việt của Nhà xuất bản Thống kê, năm 2003.

[6] Paul A Samuelson và William D. Nordhalls, *Kinh tế học tập 1*, tái bản lần thứ nhất, bản dịch của nhà xuất bản Thống kê, năm 2002.

[7] Robert S.Pindyck và Daniel L. Rubinfeld, *Kinh tế vi mô*, Tái bản lần thứ ba, bản dịch tiếng Việt của Nhà xuất bản Thống kê, năm 1999.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết học phần.

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Khái quát về kinh tế học	2	2		4	
2	Cung cầu hàng hoá và giá cả thị trường	5	5		10	
3	LT về hành vi của người tiêu dùng	5	5		10	
4	Hành vi của DN	6	6		12	

5	Thị trường cạnh tranh hoàn toàn	6	6		12	
6	Thị trường độc quyền hoàn toàn	6	6		12	
7	Thị trường cạnh tranh không hoàn toàn	7	7		14	
8	Thị trường các yếu tố sản xuất	8	8		16	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 KHÁI QUÁT VỀ KINH TẾ HỌC CÁC VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP

1.1 Khoa học kinh tế và các khái niệm cơ bản
1.1.1 Kinh tế học là gì?
1.1.2 Sự khan hiếm
1.1.2.1 Sự lựa chọn
1.1.2.2 Chi phí cơ hội
1.1.2.3 Khả năng sản xuất và đường giới hạn khả năng sản xuất
1.1.2.4 Quy luật về chi phí cơ hội.
1.1.3 Khái niệm về kinh tế học.
1.1.4 Phương pháp nghiên cứu Học phần
1.1.5 Kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô
1.1.6 Kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc
1.2 Khái quát về tổ chức của một nền kinh tế
1.2.1 Các khái niệm thị trường
1.2.1.1 Phân loại thị trường
1.3 Các vấn đề kinh tế cơ bản của doanh nghiệp
1.4 Các mô hình kinh tế
1.4.1 Mô hình kinh tế truyền thống
1.4.2 Mô hình kinh tế hàng hóa tập trung
1.4.3 Mô hình kinh tế thị trường tự do
1.4.4 Mô hình kinh tế hỗn hợp

CHƯƠNG 2 CUNG CẦU HÀNG HÓA VÀ GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG

2.1 Sự vận hành của thị trường
2.1.1 Cầu hàng hóa
2.1.1.1 Khái niệm

2.1.1.2 Các yếu tố tác động lên cầu
2.1.1.3 Đường cầu và hàm số cầu
2.1.1.4 Quy luật cầu
2.1.2 Cung hàng hóa
2.1.2.1 Khái niệm
2.1.2.2 Các yếu tố tác động lên cung
2.1.2.3 Đường cung và hàm số cung
2.1.2.4 Quy luật cung
2.1.3 Trạng thái cân bằng trên thị trường
2.1.4 Sự thay đổi trạng thái cân bằng trên thị trường
2.1.5 Hệ số co giãn của cung và cầu
2.1.5.1 Hệ số co giãn của cầu
2.1.5.2 Hệ số co giãn của cầu theo giá
2.1.5.3 Hệ số co giãn của cầu theo thu nhập
2.1.5.4 Hệ số co giãn chéo của cầu theo giá
2.1.5.5 Hệ số co giãn của cung
2.2 Sự can thiệp của nhà nước vào giá cả thị trường
2.2.1 Can thiệp gián tiếp
2.2.1.1 Chính sách thuế
2.2.1.2 Chính sách trợ cấp
2.2.2 Can thiệp trực tiếp
2.2.2.1 Giá trần
2.2.2.2 Giá sàn

CHƯƠNG 3 HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.1 Giải thích cân bằng tiêu dùng bằng thuyết hữu dụng
3.1.1 Thuyết hữu dụng
3.1.1.1 Các giả thiết
3.1.1.2 Hữu dụng, tổng hữu dụng và hữu dụng biên
3.1.2 Cân bằng tiêu dùng
3.1.3 Giải thích sự hình thành đường cầu bằng thuyết hữu dụng và cân bằng tiêu dùng.
3.2 Giải thích cân bằng tiêu dùng bằng đồ thị
3.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

3.2.1.1 Các giả thiết
3.2.1.2 Đường đẳng ích và tỷ lệ thay thế biên
3.2.2 Đường ngân sách
3.2.2.1 Khái niệm và phương trình
3.2.2.2 Đặc điểm của đường ngân sách
3.2.2.3 Sự dịch chuyển của đường ngân sách
3.2.3 Sự lựa chọn của người tiêu dùng
3.2.4 Giải thích sự hình thành đường cầu bằng đồ thị
3.2.4.1 Đường cầu cá nhân
3.2.4.2 Đường cầu thị trường
3.2.5 Đường tiêu dùng theo giá cả và đường tiêu dùng theo thu nhập
3.2.5.1 Tác động thay thế
3.2.5.2 Tác động thu nhập
3.2.6 Đường tiêu dùng theo giá cả và đường tiêu dùng theo thu nhập

CHƯƠNG 4 HÀNH VI CỦA DOANH NGHIỆP

4.1 Lên Lớp Về Sản Xuất
4.1.1 Một số khái niệm
4.1.2 Hàm sản xuất trong ngắn hạn Q = f(L)
4.1.3 Hàm sản xuất trong dài hạn Q = f (K,L,…)
4.1.4 Đường mở rộng sản xuất của xí nghiệp
4.1.5 Năng suất theo quy mô
4.1.5.1 Lợi tức tăng dần theo quy mô
4.1.5.2 Lợi tức không đổi theo quy mô
4.1.5.3 Lợi tức giảm dần theo quy mô.
4.2 Lên lớp về chi phí.
4.2.1 Khái niệm về chi phí sản xuất và chi phí kế toán
4.2.2 Các hàm chi phí sản xuất trong ngắn hạn
4.2.2.1 Tổng chi phí sản xuất
4.2.2.2 Tổng chi phí cố định
4.2.2.3 Tổng chi phí biến đổi
4.2.2.4 Chí phí trung bình
4.2.2.5 Chi phí cố định trung bình
4.2.2.6 Chi phí biến đổi trung bình

4.2.2.7 Chi phí biên
4.2.2.8 Mối quan hệ giữa các loại chi phí
4.2.2.9 Mối quan hệ giữa chi phí và năng suất
4.2.2.10 Mức sản lượng tối ưu.
4.2.3 Các hàm chi phí sản xuất trong dài hạn
4.2.3.1 Tổng chi phí trong dài hạn
4.2.3.2 Chi phí trung bình trong dài hạn
4.2.3.3 Chi phí biên dài hạn
4.2.3.4 Quan hệ giữa chi phí trung bình dài hạn và chi phí biên ngắn hạn. Sự hình thành các đường LAC từ các đường SAC.
4.2.4 Tính kinh tế theo quy mô và tính phi kinh tế theo quy mô
4.2.4.1 Tính kinh tế theo quy mô
4.2.4.2 Tính phi kinh tế theo quy mô

CHƯƠNG 5 THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH HOÀN TOÀN

5.1 Một số vấn đề cơ bản
5.1.1 Đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn toàn
5.1.2 Xí nghiệp cạnh tranh hoàn toàn
5.2 Phân tích các đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn toàn
5.2.1.1 Tối đa hóa lợi nhuận
5.2.1.2 Tối thiểu hóa lỗ lã.
5.3 Hiệu quả của thị trường cạnh tranh hoàn toàn.

CHƯƠNG 6 THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN HOÀN TOÀN

6.1 Một số vấn đề cơ bản
6.1.1 Đặc điểm của thị trường độc quyền hoàn toàn
6.1.2 Đặc điểm của xí nghiệp độc quyền hoàn toàn
6.2 Chiến lược giá trong xí nghiệp độc quyền
6.2.1 Phân biệt giá cấp 1
6.2.2 Phân biệt giá cấp 2
6.2.3 Phân biệt giá cấp 3
6.2.4 Phân biệt giá theo thời điểm và định giá lúc cao điểm
6.2.5 Định giá hai phần
6.2.6 Giá gộp

6.2.7 Giá ràng buộc
6.3 Sự can thiệp của nhà nước khi có độc quyền

CHƯƠNG 7 THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH KHÔNG HOÀN TOÀN

7.1 Thị Trường Độc Quyền Hoàn Toàn
7.1.1 Đặc điểm của thị trường cạnh tranh độc quyền
7.1.2 Tính hiệu quả trong thị trương cạnh tranh độc quyền
7.2 Thị trường độc quyền nhóm.
7.2.1 Đặc điểm của thị trường độc quyền nhóm
7.2.2 Cạnh tranh về giá trong độc quyền nhóm.

CHƯƠNG 8 THỊ TRƯỜNG CÁC YẾU TỐ SẢN XUẤT

8.1 Thị trường lao động
8.1.1 Cầu về lao động
8.1.1.1 Hàm cầu lao động của một xí nghiệp
8.1.1.2 Hàm cầu lao động của một thị trường
8.1.2 Cung về lao động
8.1.2.1 Hàm cung về lao động cá nhân
8.1.2.2 Hàm cung lao động của thị trường
8.1.3 Cân bằng trên thị trường lao động của một doanh nghiệp
8.1.3.1 Cân bằng trong ngắn hạn
8.1.3.2 Cân bằng trong dài hạn
8.1.4 Tính hiệu quả trong thị trường cạnh tranh độc quyền
8.2 Thị trường vốn và đất đai
8.2.1 Một số khái niệm
8.2.1.1 Vốn hiện vật và tài sản hữu hình
8.2.1.2 Khái niệm về kho vốn và luồng
8.2.1.3 Giá trị hiện tại của vốn
8.2.1.4 Xác định giá trị một tài sản
8.2.1.5 Trái khoán và lợi tức của trái khoán
8.2.1.6 Giá trị ròng hiện tại (NPV)và quyết định của nhà đầu tư
8.2.2 Cầu về vốn
8.2.2.1 Cầu về vốn cho xí nghiệp
8.2.2.2 Cầu về vốn cho ngành

8.2.3 Cung về vốn

8.2.3.1 Cung về vốn trong ngắn hạn

8.2.3.2 Cung về vốn trong dài hạn

8.2.4 Cân bằng trên thị trường vốn

1. Tên học phần : NGUYÊN LÝ THỐNG KÊ KINH DOANH

2. Mã học phần : 3107082015

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1

5. Phân bổ thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng các kiến thức thống kê về kết quả sản xuất, lao động và tiền lương, tài sản của doanh nghiệp.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần:

Học phần Nguyên Lý Thống kê nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản về phương pháp thống kê để phục vụ cho một quá trình nghiên cứu, quan sát thực nghiệm. Học phần cung cấp cho các sinh viên một số nghiệp vụ thống kê trong một đơn vị .

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính

[1] TS. Nguyễn Văn Phúc , TS. Trần Thị Kỳ, Nguyên Lý Thống Kê, NXB Lao Động, 2011.

-Tài liệu tham khảo

[1] Trần Bá Nhẫn, Bài Giảng Và Bài Tập Lý Thuyết Thống Kê, Khoa Thống Kê - Toán Kinh Tế Trường ĐH Kinh Tế Tp.HCM.

[2] Trần Bá Nhẫn - Hà Văn Sơn, Bài Tập Lý Thuyết Thống Kê, Khoa Thống Kê - Toán Kinh Tế Trường ĐH Kinh Tế Tp.HCM.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Những vấn đề cơ bản về Thống kê doanh nghiệp.	13	13		26	
2	Thống kê kết quả sản xuất của doanh nghiệp.	15	15		30	
3	Thống kê lao động và thu nhập của lao động trong doanh nghiệp.	12	12		24	
4	Thống kê tài sản trong doanh nghiệp.	15	15		30	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP.

1.1 Đối tượng nghiên cứu của doanh nghiệp.

1.2 Phạm vi nghiên cứu.

1.3 Tổ chức sản xuất.

CHƯƠNG 2: THỐNG KÊ KẾT QUẢ SẢN XUẤT CỦA DOANH NGHIỆP 2.1 Ý nghĩa và nhiệm vụ của thống kê kết quả sản xuất.

2.2 Phương pháp tính kết quả sản xuất của doanh nghiệp và thương mại

2.3 Đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất của doanh nghiệp

CHƯƠNG 3: THỐNG KÊ LAO ĐỘNG VÀ THU NHẬP CỦA LAO ĐỘNG TRONG DOANH NGHIỆP.

3.1 Ý nghĩa và tác dụng của lao động và thu nhập, nhiệm vụ của thống kê.
3.2 Thống kê số lượng lao động.
3.2.1 Phân loại lao động.
3.2.2 Các chỉ tiêu thống kê số lượng lao động.
3.2.3 Thống kê biến động số lượng lao động.
3.2.4 Kiểm tra thực hiện kế hoạch lao động.
3.3 Thống kê năng xuất lao động:
3.3.1 Các chỉ tiêu năng xuất lao động.

3.3.2 Các chỉ số năng xuất lao động.
3.3.3 Phân tích ảnh hưởng của các nhân tố đến sự biến động của năng xuất lao động.
4.3 Thống kê thu nhập của lao động trong doanh nghiệp.
4.3.1 Thu nhập và cấu thành thu nhập của lao động trong doanh nghiệp.
4.3.2 Biến động thu nhập của lao động trong doanh nghiệp
4.3.3 Phân tích sử dụng quỹ lương.
4.3.4 Phân tích nhân tố ảnh hưởng đến tiền lương bình quân.

CHƯƠNG 4: THỐNG KÊ TÀI SẢN TRONG DOANH NGHIỆP.

4.1 Thống kê tài sản cố định.
4.1.1 Ý nghĩa và nhiệm vụ của thống kê tài sản cố định.
4.1.2 Phân loại tài sản cố định.
4.1.3 Thống kê số lượng, kết cấu, hiện trạng tài sản cố định.
4.1.4 Thống kê tình hình biến động, trang bị và hiệu quả sử dụng tài sản cố định.
4.2 Thống kê tài sản lưu động.
4.2.1 Ý nghĩa và nhiệm vụ thống kê tài sản lưu động.
4.2.2 Phân loại tài sản lưu động trong doanh nghiệp.
4.2.3 Thống kê kết cấu tài sản lưu động.
4.2.4 Thống kê phân tích tình hình cung cấp, dự trử nguyên vật liệu đảm bảo cho quá trình sản xuất liên tục.
4.2.5 Thống kê nghiên cứu tình hình sử dụng nguyên vật liệu trong xí nghiệp.
4.2.6 Theo dõi tình hình thực hiện định mức tiêu hao nguyên vật liệu cho một đơn vị sản phẩm.

1. **Tên học phần : MARKETING CĂN BẢN**
2. **Mã học phần : 3107082007**
3. **Số tín chỉ : 3 (3,0,6)**
4. **Trình độ** : Dành cho sinh viên năm thứ 2
5. **Phân bố thời gian**

- Lên lớp : 45 tiết.
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. **Điều kiện tiên quyết :** không
7. **Mục tiêu của học phần**

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phản ứng của người tiêu dùng và doanh nghiệp trước các tác nhân kích thích của môi trường và marketing.

Cung cấp cho sinh viên các khái niệm marketing

Xây dựng hệ thống marketing-mix (sản phẩm, giá, phân phối và chiêu thị).

8. **Mô tả vắn tắt nội dung học phần**

Học phần cung cấp những hiểu biết và kiến thức về những nguyên lý marketing và sự vận dụng chúng vào thực tiễn doanh nghiệp như hệ thống thông tin và và nghiên cứu marketing, môi trường marketing và thị trường các doanh nghiệp; Nhận dạng nhu cầu và hành vi khách hàng; phương pháp luận nghiên cứu marketing và và nguyên lý ứng xử của doanh nghiệp với thị trường, gồm: các chiến lược thị trường, các chính sách marketing căn bản và tổ chức quản trị marketing của doanh nghiệp

9. **Nhiệm vụ của sinh viên**

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. **Tài liệu học tập**

- ***Sách, giáo trình chính***:

- [1] PGS TS.Nguyễn Minh Tuấn , *Giáo trình Marketing Căn bản*, NXB Lao Động 2012.

- Tài liệu tham khảo:

[1] GS.TS. Trần Minh Đạo, *Giáo trình Marketing Căn bản*, Nhà xuất bản Đại Học Kinh Tế Quốc Dân 2013.

[2]. TS. Nguyễn Văn Hùng, *Giáo trình Marketing Căn bản*, Nhà xuất bản Kinh Tế Tp. HCM 2013.

[3]. Philip Kotler, Gary Armstrong (2009), *Principles of Marketing* 13e., Prentice Hall.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13.Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Nhập môn về Marketing	2	2		4	
2	Thị trường và hành vi người tiêu dùng	4	4		8	
3	Sản phẩm	6	6		12	
4	Giá	11	11		22	
5	Phân phối	11	11		22	
6	Chiêu thị	11	11		22	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 : NHẬP MÔN MARKETING

1.1 Giới thiệu về cơ sở xã hội của Marketing – Đáp ứng những nhu cầu của con người.

1.2 Một số khái niệm về Marketing

1.2.1 Nhu cầu

1.2.2 Mong muốn

1.2.3 Yêu cầu

1.2.4 Sản phẩm

1.2.5 Trao đổi

1.2.6 Thương vụ

1.2.7 Thị trường

1.2.8 Marketing

1.3 Nội dung cơ bản của Marketing

1.4 Môi trường Marketing

1.4.1 Khái niệm

1.4.2 Phân loại

1.4.2.1 Môi trường vĩ mô

1.4.2.2 Môi trường cạnh tranh

1.5 Hệ thống thông tin Marketing

1.5.1 Khái niệm

1.5.2 Các hình thức

1.5.2.1 Hệ thống thu thập thông tin nội bộ

1.5.2.2 Hệ thống tin tức marketing

1.5.2.3 Hệ thống phân tích hỗ trợ quyết định

1.5.2.4 Hệ thống nghiên cứu marketing

CHƯƠNG 2 : THỊ TRƯỜNG VÀ HÀNH VI TIÊU DÙNG

2.1 Thị trường

2.1.1 Khái Niệm

2.1.2 Phân loại thị trường

2.2 Hành vi tiêu dùng trong thị trường hàng tiêu dùng (HTD)

2.2.1 Định nghĩa về thị trường HTD

2.2.2 Khái niệm về hành vi NTD

2.2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi NTD
2.2.3.1 Văn hoá
2.2.3.2 Xã hội
2.2.3.3 Cá nhân
2.2.3.4 Tâm lý
2.2.4 Qui trình quyết định mua hàng
2.2.4.1 Nhận dạng nhu cầu.
2.2.4.2 Tìm kiếm thông tin.
2.2.4.3 Đánh giá các thay thế.
2.2.4.4 Quyết định mua.
2.2.4.5 Hành vi sau khi mua.

2.3 Hành vi tiêu dùng trong thị trường sp công nghiệp

2.3.1 Khái niệm
2.3.2 Đặc điểm

2.4 Chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm

2.4.1 Phân khúc thị trường:
2.4.1.1 Những nguyên tắc cần thiết trong việc phân khúc thị trường
2.4.1.2 Các tiêu chí phân khúc thị trường
2.4.2 Chọn thị trường mục tiêu
2.4.3 Định vị sản phẩm:
2.4.3.1 Những chiến lược tạo vị trí sản phẩm:
2.4.3.2 Làm thế nào định vị có hiệu quả?

CHƯƠNG 3: SẢN PHẨM

3.1 Sản phẩm là gì ?

3.1.1 Định nghĩa
3.1.2 Các thành phần của một sản phẩm
3.1.3 Phân loại sản phẩm
3.1.3.1 Sản phẩm lâu bền, sản phẩm không bền và các dịch vụ.
3.1.3.2 Sản phẩm tiêu dùng
3.1.3.3 Sản phẩm công nghiệp
3.1.4 Chu kỳ sống của sản phẩm
3.1.4.1 Giai đoạn giới thiệu.
3.1.4.2 Giai đoạn phát triển
3.1.4.3 Giai đoạn trưởng

3.1.4.4 Giai đoạn suy thoái

3.2 Nhãn hiệu sản phẩm

3.2.1 Các khái niệm

3.2.1.1 Nhãn hiệu

3.2.1.2 Tên nhãn hiệu

3.2.1.3 Biểu tượng nhãn hiệu

3.2.1.4 Nhãn hiệu cầu chứng

3.2.1.5 Bản quyền

3.2.2 Vai trò của nhãn hiệu

3.2.3 Ý nghĩa của nhãn hiệu

3.2.4 Những điều kiện để bảo hộ một nhãn hiệu

3.2.5 Những tiêu chí cần tuân thủ khi đặt tên nhãn hiệu.

3.2.6 Những đặc điểm trong việc đặt tên nhãn hiệu.

3.2.7 Chiến lược chọn lựa nhãn hiệu

3.2.7.1 Mở rộng chủng loại (mở rộng theo đường thẳng)

3.2.7.2 Mở rộng nhãn hiệu

3.2.7.3 Đa nhãn hiệu

3.2.7.4 Nhãn hiệu mới

3.2.8 Bao bì và cách đóng gói sản phẩm.

3.3 Hoạch định và phát triển sản phẩm mới .

3.3.1 Định nghĩa.

3.3.2 Các bước trong quá trình đưa sản phẩm mới ra thị trường

3.4 Dịch vụ

3.4.1 Khái niệm

3.4.2 Các loại dịch vụ

CHƯƠNG 4: GIÁ CẢ

4.1 Những yếu tố ấn định giá cả.

4.1.1 Các yếu tố bên trong

4.1.1.1 Các mục tiêu tiếp thị

4.1.1.2 Chiến lược Marketing Mix

4.1.1.3 Chi phí

4.1.2 Các yếu tố bên ngoài

4.1.2.1 Thị trường và lượng cầu

4.2 Định vị

4.2.1 Định giá bằng cách cộng lời vào chi phí
4.2.2 Định giá theo giá trị
4.2.3 Định giá dựa vào cạnh tranh
4.2.3.1 Định giá theo mức giá hiện hành
4.2.3.2 Định giá trên cơ sở đấu giá kín
4.3 Những chiến lược ấn định giá .
4.3.1 Các chiến lược định giá cho sản phẩm mới
4.3.1.1 Chiến lược giá xâm nhập
4.3.1.2 Chiến lược giá hớt váng sữa
4.3.2 Các chiến lược định giá cho hỗn hợp Sp
4.3.2.1 Định giá cho dãy sản phẩm.
4.3.2.2 Định giá sản phẩm tự chọn
4.3.2.3 Định giá sản phẩm kèm theo
4.3.2.4 Định giá thứ phẩm hay sản phẩm phụ
4.4 Các chiến lược điều chỉnh giá
4.4.1 Định giá chiết khấu và bớt giá
4.4.1.1 Chiết khấu tiền mặt
4.4.1.2 Chiết khấu số lượng
4.4.1.3 Chiết khấu chức năng
4.4.1.4 Chiết khấu thời vụ
4.4.2 Định giá theo tâm lý
4.4.3 Định giá để quảng cáo
4.4.4 Định giá theo vùng địa lý
4.4.4.1 Định giá gốc FOB
4.4.4.2 Định giá đồng vận phí
4.4.4.3 Định giá theo vùng
4.4.4.4 Định giá theo điểm chuẩn
4.4.4.5 Định giá miễn thu vận phí
4.4.5 Định giá phân biệt
4.5.1 Định giá theo nhóm khách hàng
4.5.2 Định gía theo dạng sản phẩm
4.5.3 Định giá theo khu vực
4.5.4 Định giá theo thời gian
4.5 Điều chỉnh giá

4.5.1 Chủ động giảm giá
4.5.1.1 Dư thừa năng lực sản xuất.
4.5.1.2 Thị phần giảm sút.
4.5.2 Chủ động tăng giá
4.5.2.1 Nạn lạm phát chi phí
4.5.2.2 Nhu cầu quá mức
4.5.3 Phản ứng của người tiêu dùng
4.5.4 Phản ứng của đối thủ cạnh tranh

CHƯƠNG 5: PHÂN PHỐI

6.1 Phân phối là gì ?

6.2 Bản chất của các kênh phân phối

6.2.1- Kênh phân phối là gì?
6.2.2- Tại sao cần những nhà phân phối trung gian?
6.2.3- Các chức năng kênh phân phối

6.3 Xác định chiến lược phân phối

6.3.1 Phân phối trực tiếp hay qua trung gian?
6.3.2 Quản lý kênh phân phối
6.3.3 Thiết kế một hệ thống phân phối

6.4 Hành vi và tổ chức kênh phân phối

6.4.1 Hành vi của kênh
6.4.1.1 Xung đột ngang
6.4.1.2 Xung đột dọc
6.4.2 Tổ chức kênh phân phối
6.4.2.1 Kênh phân phối truyền thống
6.4.2.2 Kênh phân phối dọc
6.4.2.3 Kênh phân phối ngang
6.4.2.4 Hệ thống đa kênh
6.4.3 Các điều khoản và trách nhiệm của các thành viên trong kênh phân phối

6.5 Bán lẻ và bán sỉ

6.5.1 Bán lẻ
6.5.1.1 Khái niệm
6.5.1.2 Các hình thức bán lẻ
- Bán lẻ qua cửa hàng
- Bán lẻ không qua cửa hàng

6.5.2 Bán sỉ

6.5.2.1 Khái niệm

6.5.2.2 Các hình thức bán sỉ

CHƯƠNG 6 : CHIÊU THỊ

6.1 Chiêu thị là gì ? (Promotion)

6.2 Các thành tố của chiến lược chiêu thị sản phẩm

6.2.1 Các mục tiêu chiêu thị sản phẩm

6.2.2 Quá trình truyền thông

6.2.3 Thiết lập ngân sách chiêu thị

6.2.3.1 Phương pháp căn cứ vào khả năng.

6.2.3.2 Phương pháp tính tỷ lệ trên doanh số bán.

6.2.3.3 Phương pháp cân bằng cạnh tranh.

6.2.3.4 Phương pháp dựa vào mục tiêu và công việc đề ra.

6.2.4 Các công cụ trong chiêu thị sản phẩm hỗn hợp

6.2.4.1 Quảng cáo

6.2.4.2 Xúc tiến bán hàng

6.2.4.3 Quan hệ công chúng

6.2.4.4 Bán hàng trực tiếp

6.3 Lựa chọn các công cụ chiêu thị sản phẩm

6.3.1 Loại sản phẩm và thị trường

6.3.2 Chiến lược đẩy và chiến lược kéo.

6.3.3 Giai đoạn sẵn sàng mua của khách hàng.

6.3.4 Các giai đoạn trong chu kỳ sống của sản phẩm.

6.4 Xây dựng chương trình quảng cáo .

6.4.1 Mục tiêu quảng cáo

6.4.2 Các đặc điểm của Thông điệp quảng cáo.

6.4.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn phương tiện quảng cáo.

6.4.4 Lựa chọn phương tiện quảng cáo.

6.4.4.1 Báo chí

6.4.4.2 Tạp chí

6.4.4.3 Thư gởi trực tiếp.

6.4.4.4 Truyền hình

6.4.4.5 Radio

6.4.4.6 Quảng cáo ngoài trời

1. Tên học phần : NGUYÊN LÝ KẾ TOÁN
2. Mã học phần : 3107082005
3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2
5. Phân bổ thời gian :
- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không
7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việcvới kiến thức tổng quát về kế toán, tạo nền tảng để sinh viên tiếp thu học tập nghiên cứu kế toán sâu hơn, cao hơn theo chương trình đào tạo chuyên ngành kế toán bậc đại học.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Nguyên lý kế toán là Học phần thuộc phần kiến thức cơ sở ngành nhằm trang bị cho sinh viên những kiế thức cơ bản về khái niệm, đối tượng, nguyên tắc, chức năng nhiệm vụ, vai trò của kế toán; các phương pháp kế toán và việc vận dụng các phương pháp kế toán vào quá trình hoạt động chủ yếu của một đơn vị cụ thể. Giúp cho sinh viên có kiến thức tổng quát về công việc kế toán và nền tảng để học tiếp tục các học phần cao hơn như : kế toán tài chính doanh nghiệp, kế toán quản trị.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

Dự lớp: trên 70%
Bài tập: trên lớp và ở nhà
Khác: theo yêu cầu của giảng viên

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính

[1] PGS TS Trần Phước, Giáo trình Nguyên lý Kế toán, Nhà XB Phương Đông, 2012.

- Tài liệu tham khảo

[1] Võ Văn Nhị, Giáo trình Kế toán đại cương, Nhà xuất bản Thống kê, 2004.
[2] Luật Kế toán, Nhà XB Tài chính, 2005.
[3] Hệ thống chuẩn mực kế toán Việt Nam, Nhà XB Tài chính, 2006.
[4] Võ Văn Nhị, Giáo trình Nguyên lý Kế toán (Lý thuyết - Câu hỏi trắc nghiệm - Bài Tập Bài Giải - Luật kế toán & chuẩn lực chung), Nhà xuất bản Giao thông Vận tải, 2010.
[5] PGS TS Trần Phước, Giáo trình Nguyên lý Kế toán (Lý thuyết - Câu hỏi trắc nghiệm - Bài Tập Bài Giải), Nhà xuất bản Thống kê, 2012.

[6] TS. LÊ THANH HÀ & TS. TRẦN THỊ KỲ, Giáo trình Nguyên lý Kế toán, Nhà xuất bản Tài chính, 2014.
[7]. Needles, Powers & Crosson (2012), Principles of Accounting 12e., South-Western Cengage Learning.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm: Theo quy chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Chương 1: Một số vấn đề chung về kế toán	3	3		6	
2	Chương 2: Bảng cân đối kế toán và Bảng Kết quả hoạt động kinh doanh	6	6		12	
3	Chương 3: Tài khoản và Kế toán kép	6	6		12	
4	Chương 4: Tính giá các đối tượng kế toán	6	6		12	
5	Chương 5: Chứng từ – Kiểm kê	6	6		12	
6	Chương 6: Sổ kế toán – hình thức kế toán	8	8		16	
7	Chương 7: Kế toán các quá trình SXKD chủ yếu trong doanh nghiệp	10	10		20	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ KẾ TOÁN

1.1 Khái niệm về kế toán:

1.1.1 Kế toán
1.1.2 Kế toán tài chính
1.1.3 Kế toán chi phí

1.1.4 Kế toán quản trị

1.2 Đối tượng :

1.2.1 Đối tượng kế toán.

1.2.2 Đối tượng sử dụng thông tin kế toán.

1.3 Vai trò - Chức năng - Nhiệm vụ của kế toán:

1.3.1 Vai trò.

1.3.2 Chức năng.

1.3.3 Nhiệm vụ.

1.4 Các nguyên tắc cơ bản kế toán:

1.4.1 Cơ sở dồn tích

1.4.2 Giá gốc

1.4.3 Hoạt động liên tục

1.4.4 Phù hợp

1.4.5 Nhất quán

1.4.6 Thận trọng

1.4.7 Trọng yếu

1.5 Các yêu cầu cơ bản kế toán:

1.5.1 Trung thực

1.5.2 Khách quan

1.5.3 Dễ hiểu

1.5.4 Đầy đủ

1.5.5 Kịp thời

1.5.6 So sánh được

1.6 Các phương pháp kế toán :

1.6.1 Phương pháp lập chứng từ kế toán.

1.6.2 Phương pháp tính giá các đối tượng kế toán.

1.6.3 Phương pháp cân đối kế toán.

1.6.4 Phương pháp tài khoản kế toán.

1.6.5 Phương pháp kế toán kép

1.6.6 Phương pháp tính giá thành

1.6.7 Phương pháp kiểm kê

1.6.8 Phương pháp Báo cáo kế toán

1.7 Giới thiệu Luật kế toán và Chuẩn mực kế toán Việt nam

CHƯƠNG 2 : BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN VÀ BẢNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

2.1 Bảng cân đối kế toán.

2.1.1Khái niệm Bảng cân đối kế toán

2.1.2 Mục đích Bảng cân đối kế toán

2.1.3 Nội dung và kết cấu

2.1.4 Các trường hợp thay đổi của Bảng cân đối kế toán

2.2 Bảng kết quả hoạt động kinh doanh.
2.2.1 Khái niệm Bảng kết quả hoạt động kinh doanh
2.2.2 Mục đích Bảng kết quả hoạt động kinh doanh
2.2.3 Nội dung và kết cấu

CHƯƠNG 3 : TÀI KHOẢN VÀ KẾ TOÁN KÉP
3.1 Tài khoản
3.1.1 Khái niệm :
3.1.2 Nội dung và kết cấu tài khoản
3.1.3 Phân loại tài khoản kế toán
3.1.4 Nguyên tắc ghi chép vào tài khoản
3.1.5 Hệ thống tài khoản kế toán Việt Nam.
3.2 Kế toán kép
3.2.1 Khái niệm
3.2.2 Cách ghi chép vào tài khoản kế toán:
Ghi đơn .
Ghi kép.
Nguyên tắc ghi kép.
Định khoản kế toán.
Định khoản giản đơn.
Định khoản phức tạp.
3.2.3 Các mối quan hệ của tài khoản
Quan hệ ghi chép giữa tài khoản tổng hợp và tài khoản chi tiết.
Mối quan hệ giữa Bảng cân đối kế toán và tài khoản kế toán
Mối quan hệ giữa Bảng kết quả hoạt động kinh doanh và tài khoản kế toán

CHƯƠNG 4 : TÍNH GIÁ CÁC ĐỐI TƯỢNG KẾ TOÁN
4.1 Khái niệm và ý nghĩa của phương pháp tính giá.
4.2 Nguyên tắc tính giá một số đối tượng kế toán chủ yếu
4.2.1 Tài sản cố định.
4.2.2 Vật tư - Hàng hóa.
4.2.3 Các loại chứng khoán.
4.2.4 Ngoại tệ.

CHƯƠNG 5 : CHỨNG TỪ KẾ TOÁN VÀ KIỂM KÊ
5.1 Chứng từ kế toán:
5.1.1 Khái niệm .
5.1.2 Ý nghĩa và tác dụng của chứng từ kế toán.
5.1.3 Tính chất pháp lý của chứng từ kế toán
5.1.4 Phân loại chứng từ.

5.1.5 Một số quy định và nguyên tắc về lập, luân chuyển và lưu trữ chứng từ kế toán
5.2 Kiểm kê:
5.2.1 Khái niệm.
5.2.2 Các loại kiểm kê.
5.2.3 Phương pháp kiểm kê.
5.2.4 Vai trò của kế toán trong kiểm kê.

CHƯƠNG 6 : SỔ KẾ TOÁN VÀ HÌNH THỨC KẾ TOÁN

6.1 Sổ kế toán:
6.1.1 Khái niệm.
6.1.2 Ý nghĩa của sổ kế toán.
6.1.3 Các loại sổ kế toán.
6.1.4 Cách ghi sổ kế toán.
6.1.5 Cách sửa sai sổ kế toán.
6.2 Hình thức kế toán:
6.2.1 Khái niệm
6.2.2 Các hình thức kế toán
6.2.2.1 Hình thức nhật ký chung.
6.2.2.2 Hình thức chứng từ ghi sổ.
6.2.2.3 Hình thức nhật ký - sổ cái.
6.2.2.4 Hình thức nhật ky - chứng từ.

CHƯƠNG 7 : KẾ TOÁN CÁC QUÁ TRÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH CHỦ YẾU TRONG DOANH NGHIỆP

7.1 Kế toán trong doanh nghiệp sản xuất
7.1.1 Khái niệm doanh nghiệp sản xuất
7.1.2 Nhiệm vụ của kế toán doanh nghiệp sản xuất
7.1.3 Kế toán các yếu tố chi phí cơ bản của sản xuất
7.1.3.1 Kế toán nguyên vật liệu và công cu, dụng cụ
7.1.3.2 Kế toán tiền lương và các khoản trích theo lương
7.1.3.3 Kế toán tài sản cố định
7.1.3.4 Kế toán tập hợp chi phí và tính giá thành sản phẩm
7.1.3.5 Kế toán tiêu thụ thành phẩm và xác định kết quả tiêu thụ
7.2 Kế toán trong doanh nghiệp thương mại và dịch vụ
7.2.1 Khái niệm về thương mại, dịch vụ
7.2.2 Nhiệm vụ của kế toán doanh nghiệp thương mại – dịch vụ.
7.2.3 Kế toán mua hàng
7.2.4 Kế toán bán hàng
7.2.5 Kế toán chi phí bán hàng và chi phí quản lý
7.2.6 Kế toán xác định kết quả kinh doanh

1. Tên học phần : ĐỊA LÝ KINH TẾ VIỆT NAM

2. Mã học phần : 3107082011

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm: 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết.
- Tự học : 90 tiết.

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về không gian kinh tế – xã hội, tổ chức lãnh thổ, cũng như các yếu tố có tác động đến việc hình thành hệ thống lãnh thổ của một quốc gia…

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần ĐLKT bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến việc tổ chức sắp xếp các hoạt động kinh tế – xã hội của một quốc gia, hoặc khu vực; và thực tiễn thực hiện các công tác nêu trên. Nội dung cơ bản của Học phần này là giúp cho sinh viên làm quen với việc đánh giá sơ bộ các tiềm lực kinh tế, xã hội, và vai trò của nó đối với sự phát triển của các quốc gia.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính

- [1] TS Trần Văn Thông, Địa Lý Kinh Tế Việt Nam**,** NXB Thống kê, 2003.

***- Tài liệu tham khảo*:**

- [1] PGS. Văn Thái, Địa lý kinh tế Việt Nam, NXB Giáo dục , 1999.
- [2] TS. Nguyễn Đức Tuấn, Địa lý kinh tế học, NXB Thống kê, 2004.

- [3] Chủ biên: Vũ Tuấn Anh - Những con rồng lâm bệnh - NXB Khoa học Xã hội, 2005.

11.Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo quy chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Đối tượng nghiên cứu của ĐLKT	2	2		4	
2	Các nguồn lực KT-XH của Việt Nam	5	5		10	
3	Lý luận cơ bản về tổ chức lãnh thổ	5	5		10	
4	Hệ thống lãnh thổ KT-XH Việt Nam	10	10		20	
5	Tổ chức lãnh thổ các ngành sản xuất của Việt Nam	11	11		22	
6	Việt Nam trong tổng thể kinh tế thế giới và khu vực Đông Nam Á	10	10		20	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 : ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU CỦA ĐLKT

1.1 Đối tượng và nội dung nghiên cứu của ĐLKT

1.2 Nhiệm vụ nghiên cứu của ĐLKT

1.3 Phương pháp nghiên cứu của ĐLKT

CHƯƠNG 2 :CÁC NGUỒN LỰC KT – XH CỦA VIỆT NAM

2.1. **Khái niệm**

2.1.1 Tổng lực quốc gia

2.1.2 Môi trường

2.1.3 Tài nguyên thiên nhiên

2.2 Các nguồn lực tự nhiên của Việt Nam

2.2.1 Vị trí địa lý

2.2.2 Khí hậu

2.2.3 Thủy văn

2.3 Đất đai

2.3.1 Rừng

2.3.2 Biển

2.3.3 Khoáng sản

2.4 Nguồn nhân lực của Việt Nam

2.4.1 Số lượng nguồn nhân lực

2.4.2 Chất lượng nguồn nhân lực

2.4.3 Phân bố nguồn nhân lực

CHƯƠNG 3 :LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TỔ CHỨC LÃNH THỔ

3.1 Phân bố sản xuất

3.1.1 Các nguyên tắc chung về phân bố sản xuất

3.1.2 Xác định vùng thị trường

3.2 Phân vùng kinh tế

3.2.1 Vùng kinh tế

3.2.1.1 Khái niệm vùng kinh tế

3.2.1.2 Nội dung vùng kinh tế

3.2.2 Phân vùng kinh tế

3.2.2.1 Các nguyên tắc phân vùng kinh tế

3.2.2.2 Hệ thống phân vị vùng kinh tế

CHƯƠNG 4: HỆ THỐNG LÃNH THỔ KT-XH VIỆT NAM

4.1 Đặc điểm phát triển kinh tế Việt Nam hiện nay
4.2 Quá trình hình thành vùng và các quan điểm phân vùng kinh tế ở Việt Nam
4.3 Hệ thống lãnh thổ KT – XH Việt Nam hiện nay

CHƯƠNG 5 : TỔ CHỨC LÃNH THỔ CÁC NGÀNH SX VIỆT NAM

5.1 Đặc điểm chung về tổ chức các ngành sx Việt Nam
5.1.1 Ngành nông nghiệp
5.1.2 Ngành công nghiệp
5.1.3 Ngành dịch vụ
5.2 Đặc điểm riêng về tổ chức lãnh thổ các đơn ngành
5.2.1 Ngành nông nghiệp
5.2.2 Ngành công nghiệp
5.2.3 Ngành dịch vụ

CHƯƠNG 6: VIỆT NAM TRONG TỔNG THỂ KINH TẾ THẾ GIỚI VÀ KHU VỰC ĐÔNG NAM Á

6.1 Tổng thể kinh tế thế giới ngày nay
6.1.1 Toàn cảnh
6.1.2 Các tiêu thức xác định mức độ phát triển kinh tế các nước
6.1.3 Các nhóm nước trên thế giới
6.2 Các tổ chức liên kết quốc tế đặc thù theo khu vực
6.2.1 Nguyên nhân hình thành các liên kết quốc tế
6.2.2 Các mức độ liên kết quốc tế
6.2.3 Các tổ chức liên kết quốc tế theo khu vực
6.3 Việt Nam trong tổng thể kinh tế thế giới và khu vực Đông Nam Á

1. Tên học phần : TIN HỌC ỨNG DỤNG NGÀNH QTKD

2. Mã học phần : 3107082009

3. Số tín chỉ : 3(1,4,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 15 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 60 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần

Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về soạn thảo văn bản văn phòng MS. Word, sử dụng các hàm và thiết lập bảng tính Excel. Làm các báo cáo thuyết trình bằng phần mềm Powerpoint và cách sử dụng Internet. Sau khi học môn này sinh viên có thể tự mình thiết kế một chương trình quản lý và ứng dụng tin học tại nơi làm việc.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần trang bị cho sinh viên khối ngành toán những kiến thức cơ bản về tin học xét trên quan điểm của người ứng dụng. Học phần đề cập đến 5 khối kiến thức: 1/ Một số vấn đề cơ bản về tin học và máy tính. 2/ Các hệ điều hành. 3/ Soạn thảo văn bản trên máy tính. 4/ Sử dụng bảng tính excel. 5/ Sử dụng các dịch vụ cơ bản của INTERNET. Học phần sẽ giúp sinh viên nâng cao kỹ năng sử dụng máy vi tính và các phần mềm công dụng nhất.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

[1] Tập thể giáo viên khoa Quản trị Kinh doanh, Giáo trình Tin học ứng dụng, Lưu hành nội bộ, 2012.

- Tài liệu tham khảo:

[1] Trần Văn Thắng, Hướng dẫn thực hành kế toán trên Excel của, NXB Thống Kê

[2] Ông Văn Thông ,Hướng dẫn thực hành Excel của, NXB Thống Kê.

[3] Misty E. Vermaat (2013), Microsoft Office 2013: Introductory, Cengage Learning.

[4] Giáo trình Tự học Microsoft Excel, NXB Giao Thông Vận Tải, 2007.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo quy chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Chương 1: MS.Word	12	4	16	24	
2	Chương 2: MS.Excel	18	6	24	36	
3	Chương 3: Powerpoint	9	3	12	18	
4	Chương 4: Internet	6	2	8	12	
Tổng		**45**	**15**	**60**	**90**	

Phần 1: MS. Word

BÀI MỞ ĐẦU

1. Giới thiệu phần mềm Microsoft Winword

2. Cách khởi động

3. Môi trường làm việc

4. Tạo một tài liệu mới

5. Ghi tài liệu lên đĩa

6. Mở tài liệu đã tồn tại trên đĩa
7. Thoát khỏi môi trường làm việc

CHƯƠNG 1 : SOẠN THẢO CƠ BẢN

1.1. MỘT SỐ THAO TÁC SOẠN THẢO CƠ BẢN

1.1.1. Nhập văn bản
1.1.2. Thao tác trên khối văn bản
1.1.3. Thiết lập Tab

1.2. CÁC KỸ NĂNG ĐỊNH DẠNG VĂN BẢN

1.2.1. Định dạng đơn giản
1.2.2. Định dạng đoạn văn bản

1.3. THIẾT LẬP BULLETS VÀ NUMBERING

1.3.1. Thiết lập Bullets
1.3.2. Thiết lập Numbering

1.4. SOẠN THẢO CÔNG THỨC TOÁN HỌC

1.5. CHIA VĂN BẢN THÀNH NHIỀU CỘT

1.5.1. Chia cột văn bản
1.5.2. Sửa lại định dạng

1.6. TẠO CHỮ CÁI LỚN ĐẦU ĐOẠN VĂN BẢN

1.6.1. Cách tạo
1.6.2. Điều chỉnh chữ cái lớn ở đầu đoạn

1.7. TẠO VÀ QUẢN LÝ CÁC STYLE

1.7.1. Tạo một Style
1.7.2. Gán Style cho mẫu đã được định dạng
1.7.3. Điều chỉnh Style
1.7.4. Quản lý các Styles

1.8. TÌM KIẾM VÀ THAY THẾ VĂN BẢN

1.8.1. Tìm kiếm văn bản
1.8.2. Tìm và thay thế văn bản

1.9. TÍNH NĂNG AUTOCORRECT

1.9.1. Thêm một từ viết tắt
1.9.2. Xoá đi một từ viết tắt
1.9.3. Các tuỳ chọn về sửa lỗi chính tả

1.10. Chèn ký tự đặc biệt

1.10.1. Chèn ký tự đặc biệt
1.10.2 Gán tổ hợp phím nóng cho ký tự đặc biệt
1.10.3 Gán từ viết tắt cho ký tự đặc biệt
Câu hỏi và bài tập Chương 1

CHƯƠNG 2 : BẢNG BIỂU
2.1. TẠO CẤU TRÚC BẢNG
2.1.1. Chèn bảng mới
2.1.2 Sửa cấu trúc bảng
2.1.3 Trộn ô
2.1.4 Vẽ bảng
2.2 ĐỊNH DẠNG BẢNG BIỂU
2.2.1 Định dạng dữ liệu trong ô
2.2.2 Tô nền, kẻ viền
2.3 TÍNH TOÁN TRÊN BẢNG
2.3.1 Tính tổng
2.3.2 Tính trung bình cộng
2.4 SẮP XẾP DỮ LIỆU TRÊN BẢNG
Câu hỏi và bài tập Chương 2

CHƯƠNG 3: ĐỒ HOẠ
3.1 VẼ KHỐI HÌNH ĐƠN GIẢN
3.1.1 Sử dụng các mẫu hình đơn giản
3.1.2 Sử dụng các khối hình AutoShape
3.1.3 Định dạng hình vẽ
3.1.4 Làm việc tập hợp các hình vẽ
3.2 TẠO CHỮ NGHỆ THUẬT
3.2.1 Chèn chữ nghệ thuật
3.2.2 Hiệu chỉnh
3.3 CHÈN ẢNH LÊN TÀI LIỆU
3.3.1 Chèn ảnh từ một tệp tin
3.3.2 Chèn ảnh từ thử viện ảnh Clip Gallery
3.3.3 Chụp ảnh từ màn hình vào tài liệu
Câu hỏi và bài tập Chương 3

CHƯƠNG 4: IN ẤN

4.1 Qui trình để in ấn

4.2 Tính năng Page Setup

4.3 Tiêu đề đầu, tiêu đề cuối trang

4.4 Chèn số trang tự động

4.5 Xem tài liệu trước khi in

4.6 In ấn tài liệu

Câu hỏi và bài tập chương 4

CHƯƠNG 5: TRỘN TÀI LIỆU

5.1 Khái niệm về trộn tài liệu

5.2 Chuẩn bị dữ liệu

5.3 Soạn mẫu tài liệu trộn

5.4 Kích hoạt tính năng mail merge

5.5 Các biểu tượng thường dùng trên thanh mail merge.

Câu hỏi và bài tập chương 5

CHƯƠNG 6: MỘT SỐ ỨNG DỤNG KHÁC CỦA WORD

6.1 TÍNH NĂNG ĐẾM TỪ

6.2 BẢO VỆ TÀI LIỆU

6.2.1 Bảo vệ khi mở tệp tài liệu

6.2.2 Bảo vệ khi sửa nội dung tài liệu

6.3 HỘP THOẠI OPTIONS

6.3.1 Thẻ View

6.3.2 Thẻ General

6.3.3 Thẻ Spelling & Grammar

6.3.4 Thẻ File Locations

6.4 LÀM VIỆC VỚI MACRO

6.4.1 Tạo Macro

6.4.2 Sử dụng Macro đã tạo được

Câu hỏi và bài tập chương 6

Phần 2: MS. Excel

CHƯƠNG 1 : KHỞI ĐỘNG VÀ MÀN HÌNH EXCEL

1.1 KHỞI ĐỘNG

1.2 MÀN HÌNH

1.2.1 Cách thành phần của màn hình Excel

1.2.2 Các thành phần của cửa sổ Bảng tính

1.2.3 Dịch chuển con trỏ ô trong bảng tính theo một trong các cách sau

1.3 RA KHOẢI EXCEL

CHƯƠNG 2 : CÁC THAO TÁC VỚI BẢNG TÍNH

2.1 Lưu (ghi) bảng tính lên đĩa

2.2 Mở bảng tính đã có trên đĩa

2.3 Đóng bảng tính

2.4 Chèn thêm một bảng tính

2.5 Xoá bớt 1 bảng tính

2.6 Đổi tên bảng tính

2.7 Sao chép / chuyển một bảng tính

2.8 Tách bảng tính

2.9 Ẩn và hiện lại 1 bảng tính

2.10 Bảo vệ bảng tính

2.11 Chọn nhiều bảng tính

CHƯƠNG 3: XỬ LÝ DỮ LIỆU TRONG BẢNG TÍNH

3.1 CÁC KIỂU DỮ LIỆU

3.1.1 Dạng chuỗi (Text)

3.1.2 Dạng số (Number)

3.1.3 Dạng công thức (Formulas)

3.1.4 Dạng ngày (Date), giờ (Time)

3.2 CÁC TOÁN TỬ TRONG CÔNG THỨC

3.2.1 Toán tử số

3.2.2 Toán tử chuỗi

3.2.3 Toán tử so sánh

3.3 NHẬP DỮ LIỆU

3.3.1 Dữ liệu bất kỳ

3.3.2 Dữ liệu trong các ô giống nhau

3.3.3 Dữ liệu trong các ô tuân theo một quy luật

3.3.4 Dữ Liệu Kiểu Công Thức
3.3.5 Công thức mảng
3.4 SỬA, XOÁ DỮ LIỆU
3.4.1 Xoá
3.4.2 Sửa
3.5 CÁC THAO TÁC VỚI KHỐI
3.5.1 Đánh dấu (chọn) khối
3.5.2 Copy, xoá, dán khối dùng bộ nhớ đệm
3.5.3 Copy, chuyển khối dùng chuột
3.6 XỬ LÝ Ô, CỘT, HÀNG TRONG BẢNG TÍNH
3.6.1 Thay đổi kích thước cột, hàng
3.6.2 Chèn thêm cột, hàng, ô
3.6.3 Xoá cột, hàng, Ô
3.6.4 Chuyển hàng thành cột và ngược lại
3.6.5 Ẩn / hiện Cột / hàng
3.6.6 Cố định cột, hàng tiêu đề
3.7 ĐỊNH DẠNG DỮ LIỆU
3.7.1 Định dạng ký tự
3.7.2 Định dạng số
3.7.3 Để ẩn (che đi) các con số 0
3.7.4 Canh biên (dóng hàng)
3.7.5 Kẻ khung
3.7.6 Tô mầu
3.7.7 Định dạng tự động
3.8 ĐẶT TÊN CHO Ô
3.8.1 Đặt tên cho ô hay nhóm ô bằng tay
3.8.2 Đặt tên theo tiêu đề của cột hay hàng (tự động)
3.8.3 Dán tên vào công thức
3.8.4 Về nhanh một ô (hay miền) đã được đặt tên
3.8.5 Xoá tên
3.9 GHI CHÚ CHO Ô
3.9.1 Tạo ghi chú
3.9.2 Xem, Sửa, Xoá các ghi chú
3.10 BẢO VỆ Ô

CHƯƠNG 4 : HÀM TRONG EXCEL
4.1 QUY TẮC SỬ DỤNG HÀM
4.2 NHẬP HÀM VÀO BẢNG TÍNH
4.2.1 Gõ từ bàn phím
4.2.2 Dùng biểu tượng Function Wizard
4.2.3 Dùng Menu
4.3 MỘT SỐ HÀM THƯỜNG DÙNG
4.3.1 Hàm ngày tháng
4.3.2 Hàm ký tự
4.3.3 Hàm toán học
4.3.4 Hàm logic
4.3.5 Hàm thống kê
4.3.6 Hàm Tìm Kiếm Và Tham Chiếu

CHƯƠNG 5 : ĐỒ THỊ
5.1 CÁC BƯỚC TẠO ĐỒ THỊ MỚI
5.2 THIẾT LẬP LẠI ĐỒ THỊ
5.3 CHỈNH SỬA ĐỒ THỊ
5.3.1 Chỉnh sửa các đối tượng
5.3.2 Bổ sung / bỏ đường kẻ lưới
5.3.3 Bổ sung thêm đường biểu diễn
5.4 ĐỒ THỊ KIỂU ĐÈN CHIẾU (SLIDESHOW)
5.4.1 Tạo đồ thị kiểu đèn chiếu
5.4.2 Sửa đồ thị kiểu đèn chiếu
5.4.3 Trình diễn đồ thị kiểu đèn chiếu

CHƯƠNG 6 : KIỂU TRÌNH BÀY
6.1 TẠO MỘT KIỂU TRÌNH BÀY MỚI
6.2 ÁP DỤNG MỘT KIỂU TRÌNH BÀY
6.2.1 Dùng Menu
6.2.2 Dùng thanh công cụ

CHƯƠNG 7 : MACROS

7.1 Ghi một macro mới
7.2 Gán macro cho thanh công cụ
7.3 Chạy macro
7.4 Xoá macro

CHƯƠNG 8 : QUẢN TRỊ DỮ LIỆU
8.1 KHÁI NIỆM CƠ BẢN
8.2 SẮP XẾP DỮ LIỆU
8.3 LỌC DỮ LIỆU
8.3.1 Các yếu tố cơ bản
8.3.2 Lọc tự động (Auto Filter)
8.3.3 Lọc nâng cao (Advanced Filter)
8.4 CÁC HÀM CƠ SỞ DỮ LIỆU(CSDL)
8.5 TỔNG KẾT THEO NHÓM
8.5.1 Tổng kết thao một loại nhóm(SubTotal):
3.5.2 Tổng kết theo nhiều loại nhóm(Pivottable- Bảng Tổng Hợp):

CHƯƠNG 9 : TRÌNH BÀY TRANG
9.1 CHỌN CỠ GIẤY, HƯỚNG IN
9.2 ĐẶT LỀ
9.3 TẠO TIÊU ĐỀ ĐẦU / CUỐI TRANG
9.3.1 Chọn tiêu đề đầu /cuối trang theo mẫu
9.3.2 Tự tạo tiêu đề đầu /cuối trang
9.4 CHÈN /XOÁ DẤU NGẮT TRANG
9.4.1 Chèn dấu ngắt trang dọc và ngang
9.4.2 Chỉ chèn một dấu ngắt trang ngang
9.4.3 Chỉ chèn một dấu ngắt trang dọc
9.4.4 Xoá một dấu ngắt trang
9.4.5 Xoá tất cả các dấu ngắt trang
9.5 LẶP LẠI TIÊU ĐỀ CỦA BẢNG TÍNH KHI SANG TRANG
9.6 KHÔNG IN LƯỚI CÓ SẴN CỦA BẢNG TÍNH

CHƯƠNG 10 : IN ẤN
CHƯƠNG 11 : LÀM VIỆC VỚI NHIỀU BẢNG TÍNH

CHƯƠNG 12 : TRAO ĐỔI THÔNG TIN VỚI WORD
12.1 Chuyển các kết quả của Excel cho Word
12.2 Chuyển bảng đã gõ bằng Word cho Excel

Phần 3: MS. POWERPOINT
GIỚI THIỆU POWERPOINT
CHƯƠNG 1: TRÌNH DIỄN ĐƠN GIẢN
1.1 Cách khởi động Powepoint
1.2. Tạo một trình diễn mới
1.3. Trình diễn slide
1.4. Ghi tệp trình diễn lên đĩa
1.5. Mở tệp trình diễn đã tồn tại trên đĩa
1.6. Thoát khỏi môi trường làm việc

CHƯƠNG 2: : XÂY DỰNG CÁC SLIDE
2.1 QUẢN LÝ CÁC SLIDES
2.1.1 Thêm một Slide
2.1.2 Di chuyển đến các Slides
2.1.3 Xoá một slide
2.2 ĐƯA THÔNG TIN LÊN SLIDE
2.2.1 Chèn văn bản, hình vẽ
2.2.2 Chèn hình ảnh, âm thanh
2.2.3 Chèn bảng
2.2.4 Tạo tiêu đề đầu, tiêu đề cuối
2.2.5 Màu sắc cho các thành phần trên slide (Color scheme)
2.3 THIẾT LẬP HIỆU ỨNG TRÌNH DIỄN
2.4 CỬA SỔ SORTER
2.5 KỸ THUẬT TRÌNH DIỄN
2.6 IN ẤN
2.6.1 Định dạng trang in
2.6.2 In ấn
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 2

CHƯƠNG 3: : SỬ DỤNG CÁC TEMPLATE VÀ THIẾT LẬP SLIDE

MASTER

3.1 Sử dụng các dạng mẫu slide định dạng sẵn (template)

3.2 Slide master

Câu hỏi và bài tập chương 3

Một số thuật ngữ tiếng anh

Phần 4: Internet

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ INTERNET

1.1. INERTNET LÀ GÌ ?

1.2. CÁC DỊCH VỤ CỦA INTERNET :

1.3. ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG INTERNET :

1.4. ĐỂ TRUY CẬP INTERNET BẠN CẦN GÌ ?

1.5. CÁCH KẾT NỐI VÀO INTERNET:

1.6. MICROSOFT INTERNET EXPLORER.

1.6.1 Thanh tiêu đề Tilte Bar:

1.6.2 [Menu] FILE

1.6.3 [Menu] EDIT

1.6.4 [Menu]VIEW

1.6.5 [Menu] FAVORITES

1.6.6 [Menu] TOOLS

1.6.7 Thanh Công Cụ Biểu Tượng Toolbar Buttons

1.6.8 Thanh Địa Chỉ Address Bar

CHƯƠNG 2: SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ TRÊN INTERNET

2.1 Sử dụng thư điện tử trên Internet

2.2 Sử dụng yahoo!mail

2.3 Sử dụng yahoo!messenger:

2.4 Sử dụng webcam :

2.5 Sử dụng voice chat

2.6 Giới thiệu chat icq :

2.7 Giới thiệu outlook express :

1 .Tên học phần : QUẢN TRỊ DỰ ÁN ĐẦU TƯ

2. Mã học phần : 3107083020

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết.

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về thành lập dự án đầu tư và phân tích dự án đầu tư để từ đó xem xét nên đầu tư cái gì? Ở đâu? vào thời điểm nào và với qui mô ra sao …Đồng thời biết cách tiến hành kiểm tra, giám sát các hoạt động trong dự án nhằm đạt hiệu quả cáo nhất.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần Quản trị dự án đầu tư bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến hoạt động đầu tư trong doanh nghiệp. Nội dung cơ bản của Học phần này là nghiên cứu các bước để thành lập dự án đầu tư và các chỉ tiêu cơ bản để quản trị dự án đầu tư và quản trị dự án đầu tư từ đó sinh viên có thể ra quyết định chấp nhận đầu tư vào dự án hay không.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

- [1] PGS.TS. Từ Quang Phương, Quản trị dự án, NXB Đại Học Kinh Tế Quốc Dân, 2014.

- Tài liệu tham khảo:

- [2] Vũ Công Tuấn, Thẩm định dự án đầu tư, Nhà xuất bản Thành phố Hồ Chí Minh, 1999
- [3] Đinh Thế Hiển, Excel ứng dụng trong quản trị tài chính, Nhà xuất bản Thống Kê, 2002
- [4] PGS.TS Võ Thanh Thu, Quản trị dự án đầu tư trong nước và quốc tế, Nhà xuất bản Thống Kê, 1996.
- [5] TS.Nguyễn Xuân Thuỷ và cộng sự, Quản trị dự án đầu tư, Nhà xuất bản Thống Kê, 2009.
- [6] Greg Horine (2012), Project Management Absolute Beginner's Guide 3e., Que Publishing.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. **Thang điểm thi:** Theo quy chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Cơ sở phương pháp luận	6	6		12	
2	Thiết lập dự án	12	12		24	
3	Thẩm định dự án đầu tư và kiểm tra.	15	15		30	
4	Quản lý dự án đầu tư	12	12		24	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 : CƠ SỞ PHƯƠNG PHÁP LUẬN

1.1 Khái niệm đầu tư, dự án đầu tư và quản trị dự án đầu tư.

1.1.1 Dự án đầu tư

1.1.2 Đầu tư.

1.1.3 Quản trị dự án đầu tư.

1.2 Phân loại đầu tư:

1.2.1 Phân loại theo chức năng quản trị vốn đầu tư

1.2.1.1 Đầu tư trực tiếp

1.2.1.2 Đầu tư gián tiếp

1.2.2 Phân loại theo nguồn vốn

1.2.2.1 Vốn trong nước

1.2.2.2 Vốn ngoài nước

1.2.3 Phân loại theo nội dung kinh tế

1.2.4 Phân loại theo mục tiêu đầu tư

1.3 Phân loại dự án đầu tư

1.3.1 Dự án nhóm A

1.3.2 Dự án nhóm B

1.3.3 Dự án nhóm C

1.4 Mục tiêu của quản trị dự án đầu tư.

1.5 Dòng ngân lưu (cash flow)

1.6 Giá trị theo thời gian của tiền tệ

1.6.1 Giá trị tương lai của khoản tiền đơn (future value)

1.6.2 Giá trị hiện tại của khoản tiền đơn (present value)

1.6.3 Giá trị tương lai của loạt tiền bằng nhau (future value annuity)

1.6.4 Giá trị hiện tại của loạt tiền bằng nhau (present value annuity)

1.6.5 Lịch trả nợ đều hàng năm

1.6.6 Trường hợp suất chiết khấu bất đồng

1.6.7 Giá trị dòng ngân lưu tại thời điểm bất kỳ

CHƯƠNG 2 : THIẾT LẬP DỰ ÁN

2.1 Vai trò của dự án đầu tư

2.1.1 Vai trò của dự án đầu tư

2.1.2 Yêu cầu của dự án đầu tư

2.2 Các bước hình thành và triển khai dự án đầu tư

2.2.1 Giai đoạn tiền đầu tư (chuẩn bị dự án đầu tư)

2.2.1.1 Nghiên cứu cơ hội đầu tư

2.2.1.2 Nghiên cứu tiền khả thi

2.2.1.3 Nghiên cứu khả thi

2.2.1.4 Ra quyết định đầu tư

2.2.2 Giai đoạn đầu tư

2.2.2.1 Ký kết hợp đồng

2.2.2.2 Thiết kế chi tiết

2.2.2.3 Thực hiện dự án

2.2.3 Đánh giá hậu dự án

2.3 Bố cục của một dự án đầu tư khả thi

2.4 Nghiên cứu một số nội dung chủ yếu của dự án khả thi

2.4.1 Nghiên cứu thị trường

2.4.2 Nghiên cứu nội dung kỹ thuật

2.4.3 Nghiên cứu nội dung tổ chức quản lý và nhân sự

2.4.4 Nghiên cứu nội dung tài chính

CHƯƠNG 3 : THẨM ĐỊNH DỰ ÁN ĐẦU TƯ

3.1 Lãi suất tính toán

3.1.1 Các nhân tố ảnh hưởng đến lãi suất tính toán

3.1.2 Các phương pháp xác định lãi suất tính toán

3.2 Các phương pháp tính khấu hao

3.3 Các chỉ tiêu cơ bản dùng thẩm định tài chính các dự án

3.3.1 Hiện giá thuần (Net Present Value - NPV)

3.3.2 Tỷ suất hoàn vốn nội bộ (Internal Rate of Returns -FRR)

3.3.3 Chỉ số lợi ích - chi phí (Benefit – Cost Ratio – B/C)

3.3.4 Thời gian hoàn vốn (pay-back Period – TPP)

3.3.5 Phân tích độ nhạy của dự án (Sensitive Analysis)

3.4 Phân tích đầu tư theo các quan điểm khác nhau

3.4.1 Theo quan điểm ngân hàng (theo quan điểm tổng đầu tư – Total Investment Point of View – TIP)

3.4.2 Theo quan điểm của chủ đầu tư (theo quan điểm chủ sở hữu – Owners' Equity)

3.4.3 Theo quan điểm của cơ quan ngân sách nhà nước (Government Budget

3.4.4 Theo quan điểm của quốc gia (Economic Point of View)

3.4.5 Theo quan điểm phân phối thu nhập (Social Distribution)

3.5 Phân tích điểm hòa vốn (Break Even Point – BEP)

3.5.1 Khái niệm

3.5.2 Các giả định và điều kiện trước khi tính toán điểm hoà vốn

3.5.3 Các loại điểm hoà vốn và phương pháp tính toán.

3.6 Xác định qui mô và thời điểm đầu tư.

CHƯƠNG 4 : QUẢN LÝ DỰ ÁN ĐẦU TƯ.

4.1 Quản lý thời gian thực hiện dự án.

4.2 Quản lý chi phí thực hiện dự án.

4.3 Tổ chức quản lý thực hiện dự án.

1. Tên học phần : NGHIÊN CỨU MARKETING

2. Mã học phần : 3107082025

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về việc khảo sát, nghiên cứu một vấn đề trên thị trường nhằm giúp cho sinh viên có thể hiểu biết và nhận biết được vị thế của các doanh nghiệp trên thị trường đồng thời nâng cao khả năng nghiên cứu thị trường của sinh viên.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần nghiên cứu Merketing nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về việc thiết kế các bảng cân hỏi điều tra, khảo sát thị trường, hướng dẫn các kỹ năng điều tra, phân tích thực nghiệm và kỹ năng viết báo cáo một nghiên cứu trên thị trường,.Qua đó, giúp cho sinh viên có thể hiểu biết được các chiến lược cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

- [1] Trần Tuấn Anh, *Nghiên cứu Marketing*, NXB Thống kê, 2014.

- Tài liệu tham khảo

- [1] Nguyễn ĐìnhThọ, Nguyễn Thị Mai Trang, *Nghiên cứu thị trường*, NXB Lao động, 2011.

- [2] Giáo trình Nghiên cứu Marketing do trường Đại Học kinh tế quốc dân, Đại Học Mở – Bán công TP, HCM xuất bản năm 2006.
- [3] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức, 2008.
- [4] Joseph F. Hair, Jr., Robert F. Bush, David J. Ortinau, *Marketing Research*, McGraw-Hill, 2005.
- [5] Alvin C Burns, Ronald F. Bush (2011). *Basic Marketing Research: Using Microsoft Excel Data Analysis*3e. Prentice Hall.
- [6] Alvin C Burns, Ronald F. Bush (2013*). Marketing Research* 7e. Prentice Hall.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo quy chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần.

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Cơ sở của nghiên cứu và nghiên cứu marketing	2	2		4	
2	Thiết kế nghiên cứu và thực nghiệm trong nghiên cứu	2	2		4	
3	Chọn mẫu trong thu nhập thông tin định lượng.	4	4		8	
4	Thiết kế bảng câu hỏi và tổ chức thu thập thông tin định lượng.	6	6		12	
5	Thu thập thông tin định tính.	4	4		8	

6	Tóm tắt thông tin và ước lượng thông số thị trường.	3	3		6	
7	Kiểm nghiệm giả thuyết về thông tin thị trường nghiên cứu.	8	8		6	
8	Phân tích các thực nghiệm cao cấp.	7	7		14	
9	Viết báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu.	9	9		18	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 : CƠ SỞ CỦA NGHIÊN CỨU VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING.

1.1 Cơ sở của nghiên cứu.

1.1.1 Nghiên cứu của khoa học xã hội.

1.1.2 Nghiên cứu cơ bản và nghiêncứu ứng dụng.

1.1.3 Phương pháp nghiên cứu.

1.1.4 1.2Nghiên cứu Marketing.

1.1.5 Định nghĩa.

1.1.6 Các dạng nghiên cứu Marketing.

1.2 Quy trình nghiên cứu Marketing.

1.2.1 Xác định vấn đền nghiên cứu.

1.2.2 Xác định thông tin cần thiết.

1.2.3 Nhận dạng nguồn thông tin và thuật thu hập.

1.2.4 Thu nhập thông tin.

1.2.5 Phân tích và diễn giải thông tin.

1.2.6 Viết báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu.

1.3 Nhà quản trị, nhà nghiên cứu và quy trình ngược trong nghiên cứu Marketing.

CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU VÀ THỰC NGHIỆM TRONG NGHIÊN CỨU MARKETING.

2.1 Thiết kế nghiên cứu.

2.1.1 Thiết kế nghiên cứu.

2.1.2 Suy diễn hay quy nạp trong nghiên cứu Marketing.

2.1.3 Đề nghị nghiên cứu.

2.2 Thực nghiệm.

2.2.1 Thực nghiệm là gì?
2.2.2 Điều kiện cho qua hệ nhân quả
2.2.3 Biến thực nghiệm.
2.2.4 Hiện trường thực nghiệm.
2.2.5 Giá trị cvủa thực nghiệm.
2.2.6 Nguyên nhân làm giảm giá trị của thực nghiệm.
2.3 Một số thực nghiệm cơ bản trong nghiên cứu Marketing.
2.3.1 Mô hình bán thực nghiệm.
2.3.2 Mô hình thực nghiệm thực sự.
2.4 Một số thực nghiệm cao cấp.
2.4.1 Thực nghiệm ngẫu nhiên hoàn toàn.
2.4.2 Thực nghiệm khối ngẫu nhiên.
2.4.3 Thực nghiệm khối vông la tinh.
2.4.4 Thực nghiệm thừa số.

CHƯƠNG 3 : CHỌN MẪU TRONG THU THẬP THÔNG TIN ĐỊNH LƯỢNG.

3.1 Lý do chọn mẫu.
3.1.1 Chọn mẫu giúp tiết kiệm chi phí.
3.1.2 Chọn mẫu giúp tiết kiệm thời gian.
3.1.3 Chọn mẫu có thể cho kết quả chính xác hơn.
3.2 Các khái niệm trong chọn mẫu.
3.2.1 Đám đông.
3.2.2 Đám đông nghiên cứu.
3.2.3 Phần tử.
3.2.4 Đơn vị.
3.2.5 Khung chọn mẫu.
3.2.6 Hiệu quả chọn mẫu.
3.3 Quy trình chọn mẫu.
3.3.1 Xác định thị trường ghiên cứu.
3.3.2 Xáx định khung chọn mẫu.
3.3.3 Xác định kích thước mẫu.
3.3.4 Các phương pháp chọn mẫu.
3.3.5 Tiến hành chọn mẫu.
3.4 Các phương pháp chọnn mẫu theo xác xuất.

3.4.1 Chọn mẫu theo phương pháp ngẫu nhiên đơn giản.
3.4.2 Chọn mẫu theo phương pháp hệ thống.
3.4.3 Chọn mẫu theo phương pháp phân tầng.
3.4.4 Chọn mẫu theo phương pháp chọn nhóm
3.5 Các phương pháp chọn mẫu phi xácb suất.
3.5.1 Chọn mẫu theo phương pháp thuận tiện.
3.5.2 Chọn mẫu theo phương pháp phân đóan.
3.5.3 Chọn mẫu theo phương pháp phát triển mầm.
3.5.4 Chọn mẫu theo phương pháp Quota.
3.6 Sai lệch trong nghiên cứu.
3.6.1 Sai lệch trong chọn mẫu.
3.6.2 Sai lệch do không chọn mẫu.

CHƯƠNG 4: THIẾT KẾ BẢNG CÂU HỎI VÀ TỔ CHỨC THU THẬP THÔNG TIN ĐỊNH LƯỢNG.

4.1 Đo lường trong nghiên cứu Marketing.
4.1.1 Thang đo trong nghiên cứu Marketing.
4.1.2 Sai lệch trong đo lường.
4.1.3 Độ tin cậy của đo lường.
4.1.4 Độ nhạy trong đo lường.
4.2 Thiết kế bảng câu hỏi.
4.2.1 Xác định cụ thể thông tin cần thu thập.
4.2.2 Xác định dạng phỏng vấn.
4.2.3 Đánh giá nội dung câu hỏi.
4.2.4 Xác định hình thức trả lời lời.
4.2.5 Xác định cách dùng thuật ngữ.
4.2.6 Xác định trình tự các câu hỏi.
4.2.7 Xác định hình thức bảng câu hỏi.
4.2.8 Thử lần 1, sửa chữa và bản nháp cuối cùng.
4.3 Tổ chức thu thập thông tin định lượng.
4.3.1 Bộ phận nghiên cứu.
4.3.2 Bộ phận thu thập thông tin.
4.3.3 Bộ phận xử lý thông tin.
4.4 Hiệu chỉnh thông tin.

4.4.1 Nguyên nhân gây sai sót trong thu thập thông tin.
4.4.2 Các bước hiệu chỉnh.

CHƯƠNG 5 THU THẬP THÔNG TIN ĐỊNH TÍNH.

5.1 Nghiên cứu định tính và vai trò của nó trong nghiên cứu Marketing.
5.1.1 Định nghĩa.
5.1.2 Thông tin trong nghiên cứu định tính.
5.1.3 Chọn mẫu trong nghiên cứu định tính.
5.1.4 Bảng câu hỏi sử dụng trong thu thập thông tin định tính.
5.2 Các kỹ thuật thu thập thông tin định tính.
5.2.1 Thảo luận tay đôi.
5.2.2 Thảo luận nhóm.
5.2.3 Các kỹ thuật diễn dịch.

CHƯƠNG 6 : TÓM TẮT THÔNG TIN VÀ ƯỚC LƯỢNG THÔNG SỐ THỊ TRƯỜNG.

6.1 Chuẩn bị thông tin cho phânn tích.
6.1.1 Mã thông tin.
6.1.2 Ma trận thông tin.
6.1.3 Làm sạch thông tin.
6.2 Tóm tắt thông tin.
6.2.1 Tóm tắt thống kê.
6.2.2 Tóm tắt dạng bảng.
6.2.3 Tóm tắt dạng đồ thị.
6.3 Mối quan hệ giữa thông số mẫu và thông tin đám đông.
6.3.1 Mối quan hệ giữa trung bình mẫu và trung bình đám đông.
6.3.2 Mối quan hệ giữa tỷ lệ mẫu và tỷ lệ đám đông.
6.3.3 Mối quan hệ giữa phương sai mẫu và phương sai đám đông.
6.4 Chọn phương pháp phân tính thông tin.
6.4.1 Thang đo.
6.4.2 Phân bố của các biến.
6.4.3 Số lượng mẫu.
6.4.4 Số biến cần phân tích.
6.4.5 Mối quan hệ giữa các biến.

6.5 Ước lượng thông số thị trường nghiên cứu.
6.6 Ước lượng điểm.
6.6.1 Nguyên tắc của ước lượng điểm.
6.6.2 Ước lượng không chệch và hiệu quả của chúng.
6.7 Ước lượng quãng.
6.7.1 Nguyên tắc của ước lượng quãng.
6.7.2 Khoảng tin cậy cho ước lượng trung bình đám đông.
6.7.3 Khoảng tin cậy cho ước lượng tỷ lệ đám đông.
6.7.4 Khoảng tin cậy cho ước lượng phương sai đám đông.

CHƯƠNG 7: KIỂM NGHIỆM GIẢ THUYẾT VỀ THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG NGHIÊN CỨU.

7.1 Nguyên tắc kiểm nghiệm.
7.1.1 Các bước kiểm nghiệm giả thuyết.
7.1.2 Sai lầm trong quyết định khi kiểm nghiệm thống kê.
7.2 Một số phép kiểm nghiệm đơn biến thường dùng.
7.2.1 Kiểm nghiệm trung bình.
7.2.2 Kiểnm nghiệm tỷ lệ, trường hợp mẫu lớn.
7.2.3 Kiểm nghiệm chi-bình phương, độ tự do df=k-1.
7.2.4 Kiểm nghiệm Kolmogorov-Smirnov.
7.3 Phân tích sự khác biệt giữa hai biến.
7.3.1 So sánh hai trung bình đám đông .
7.3.2 So sánh hai tỷ lệ đám đông.
7.3.3 Kiểm nghiệm Wilcoxon
7.3.4 Kiểm nghiệm Mann-Whitney.
7.4 Phân tích mối liên hệ giữa hai biến.
7.4.1 Xác suất cặp.
7.4.2 Xáx suất có điều kiện.
7.4.3 Kiểm nghiệm mối liên hệ trong bảng chéo.
7.4.4 Mối liên hệ trong bảng chéo(hai biến danh xưng).
7.4.5 Đo lường mối liênn hệ giữa hai biến thứ tự: Hệ số liên hệ Spearnan.
7.4.6 Đo lường mối liên hệ giữa hai biến có thang đo quãng.
7.4.7 Mô hình hồi quy tuyến tính.

CHƯƠNG 8: PHÂN TÍCH CÁC THỰC NGHIỆM CAO CẤP.

8.1 ANOVA cho thực nghiệm ngẫu nhiên hoàn toàn.

8.1.1 Trường hợp các đám đông có phân bố chuẩn.

8.1.2 Trường hợp các đám đông không có phân bố chuẩn.

8.1.3 Kiểm nghiệm hậu ANAVA.

8.2 AnoVA cho thực nghiệm khối ngẫu nhiên.

8.3 ANOVA cho thực nghiệm thừa số.

8.4 Một ố kỹ thuật đa biến.

8.4.1 Phân tích hồi quy đa biến.

8.4.2 Phân tích phân biệt đa biến.

8.4.3 Phân tích yếu tố.

8.4.4 Phân tích nhóm đồng nhất.

CHƯƠNG 9: VIẾT BÁO CÁO VÀ TRÌNH BÀY KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.

9.1.1 Nguyên tắc cơ bản khi viết báo cáo.

9.1.2 Nội dung của một báo cáo.

9.1.3 Trình bày kết quả nghiên cứu.

9.1.4 Đánh giá báo cáo kết quả nghiên cứu.

9.1.5 Dự án thực tập nghiên cứu.

1. Tên học phần : TIN HỌC QUẢN LÝ
2. Mã học phần : 3107082010
3. Số tín chỉ : 3(1,4,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2
5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 15 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 60 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần:

- Nắm kiến thức cơ bản về phần mềm SPSS.
- Biết mã hóa, nhập dữ liệu, xử lý và phân tích dữ liệu.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần:

Học phần trang bị cho sinh viên khối ngành quản trị những kiến thức cơ bản:

- Mã hóa các câu hỏi của bảng điều tra và nhập các dữ liệu này bằng phần mềm SPSS.
- Xử lý các thông số thống kê và phân tích dữ liệu.
- Viết thuyết minh kết quả.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập:

- Sách, giáo trình chính:

-[1] Đỗ Văn Thắng và Phan Thành Huấn, *Giáo trình SPSS dành cho SV khối ngành khoa học xã hội- nhân văn*, NXB Đại học Quốc Gia, 2003.

- Tài liệu tham khảo:

- [2] Daren George and Paul Mallery, *SPSS For Windows – Step by step, Allyn& Bacon company*, Massachusetts, USA, 1999.

- [3] Võ Văn Huy và nhóm tác giả, *Ứng dụng SPSS để xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, 1997.
- [4] Đào Hữu Hồ, *Xác suất thống kê*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 1999.
- [5] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức, 2008.
- [6] PGS.TS Đinh Phi Hổ, *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sĩ*, NXB Phương Đông, 2014.
- [7] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc. *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. TP.HCM. NXB Thống Kê, 2005.
- [8] D. Cooper and P. Schindler. (2006). *Business Research Methods*. McGraw-Hill Irwin.
- [9] Lee A. Kirkpatrick and Brooke C. Feeney. *A Simple Guide to SPSS for Windows*, Wadworth/ Thomson Learning INC, 2001.
- [10] Darren George, Paul Mallery (2013*). IBM SPSS Statistics 21 Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 13e. Pearson Education In.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm: theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	**CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ PHẦN MỀM SPSS FOR WINDOWS**	5	2	6	10	

2	**CHƯƠNG II. NHẬP DỮ LIỆU**	10	3	14	20	
3	**CHƯƠNG III. CHỌN LỌC DỮ LIỆU/ BIẾN ĐỔI BIẾN**	10	3	14	20	
4	**CHƯƠNG IV. THỐNG KÊ MÔ TẢ**	8	3	10	16	
5	**CHƯƠNG V. THỐNG KÊ SUY DIỄN**	7	3	8	14	
6	**CHƯƠNG VI. THUYẾT MINH DỮ LIỆU**	5	1	8	10	
TỔNG		**45**	**15**	**60**	**90**	

CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ PHẦN MỀM SPSS FOR WINDOWS

1. Giới thiệu tổng quát về các chức năng của phần mềm SPSS.
2. Giới thiệu các thao tác cơ bản trong việc sử dụng SPSS.
3. Bài tập.

CHƯƠNG II. NHẬP DỮ LIỆU

1. Định nghĩa biến và các thuộc tính của biến.
2. Tạo khung biến / thêm bớt các biến.
3. Nhập/ sửa chữa dữ liệu.
4. Kiểm tra và làm sạch dữ liệu.
5. Bài tập.

CHƯƠNG III. CHỌN LỌC DỮ LIỆU/ BIẾN ĐỔI BIẾN

1. Chọn lọc dữ liệu (Select).
2. Tái mã hóa lại biến (Recode).
3. Biến đổi biến đã có thành biến mới.
4. Bài tập.

CHƯƠNG IV. THỐNG KÊ MÔ TẢ

1. Tính tần số, các loại tần suất.
2. Tính các thông số thống kê mô tả.
3. Xây dựng các loại đồ thị.
4. Bài tập.

CHƯƠNG V. THỐNG KÊ SUY DIỄN

1. Lập bảng chéo (Crosstab)

2. Mức ý nghĩa (Signficance)
3. Kiểm định giả thuyết
4. Bài tập.

CHƯƠNG VI. THUYẾT MINH DỮ LIỆU

1. Lập bảng kết quả.
2. Thuyết minh bảng kết quả.
3. Bài tập.

1. Tên học phần : ANH VĂN

2. Mã học phần : 3107121016

3. Số tín chỉ : 4(4,0,8)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 60 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 120 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần

Học phần Anh văn 1 giúp sinh viên hệ thống lại, ôn lại những kiến thức cơ bản mà sinh viên đã học ở phổ thông. Vì vậy, các đơn vị bài học trong giáo trình phải phục vụ cho mục tiêu củng cố kiến thức. Những kiến thức này được trình bày dưới dạng giới thiệu lại, và ôn luyện dưới hình thức mà một bài thi TOEIC chuẩn yêu cầu. Kết thúc học phần Anh văn 1, sinh viên phải đạt một trình độ tiếng Anh tương đương với TOEIC 150 điểm.

Kiến thức:

7.1/ Những điểm ngữ pháp cơ bản chính yếu

7.2/ Từ vựng giao tiếp cơ bản ở cấp độ thấp

7.3/ Các giới từ cơ bản

Kỹ năng:

7.4/ Nghe hiểu một số bài kiểm tra TOEIC

7.5/ Đọc hiểu một số bài kiểm tra TOEIC

7.6/ Sử dụng ngữ pháp căn bản và các giới từ một cách chính xác.

7.7/ Hiểu các đoạn hội thoại hằng ngày

7.8/ Hiểu một đoạn đối thoại

7.9/ Kỹ năng nghe trong giao tiếp

7.10/ Đọc một số đoạn văn giao tiếp

7.11/ Đoán từ vựng trong đoạn văn

Thái độ nghề nghiệp:

7.12/ Giáo dục thái độ đối với nghề nghiệp đúng đắn, tích cực.

8. Mô tả tóm tắt học phần:

Học phần này nhằm mục đích giúp sinh viên làm quen hai kỹ năng nghe hiểu và đọc hiểu tiếng Anh của một bài thi TOEIC ở cấp độ cơ bản.

Sinh viên được hệ thống lại, ôn lại những kiến thức về ngữ pháp và vốn từ vựng từ cấp độ cơ bản mà sinh viên đã được học ở phổ thông để làm nền tảng cho sinh viên chuẩn bị tiếp cận tiếng Anh ở cấp độ bao quát hơn, tổng hợp hơn.

Nội dung học phần gồm có 7 đơn vị bài học

Unit 1: Present Tense

Unit 2: Past tense

Unit 3: Gerund & Infinitive

Unit 4: Nouns & Pronouns

Unit 5: Adjectives & Adverbs

Unit 6: Comparisons

Unit 7: Modifiers

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập:

- Sách, giáo trình chính:

Anne Taylor and Garrett Byrne, Stater TOEIC, First News.

- Sách, tài liệu tham khảo:

Raymond Murphy, ENGLISH GRAMMAR IN USE, Cambridge University Press, 2010.

11. Tỷ lệ phần trăm các thành phần điểm và các hình thức đánh giá sinh viên

- Đánh giá quá trình: 50% , trong đó:
  + Làm bài tập: 20%
  + Thi giữa kỳ: 30%
- Thi cuối học kỳ: 50% , làm bài trắc nghiệm, thời gian thi tối thiểu là 90 phút.

12. Thang điểm thi: **Theo qui chế tín chỉ**

13. Kế hoạch thực hiện (Nội dung chi tiết) học phần theo tuần

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Unit 1: Present Tense	10	10		20	
2	Unit 2: Past Tenses	10	10		20	
3	Unit 3: Gerund and Infinitive	8	8		16	
4	Unit 4: Nouns and Pronouns	8	8		16	
5	Unit 5: Adjectives and Adverbs	8	8		16	
6	Unit 6: Comparisons	8	8		16	
7	Unit 6: Modifiers	8	8		16	
Tổng		**60**	**60**		**120**	

Unit 1: Present Tense *(4/0/8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. General review: (1period)** **1. Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **2. Grammar focus:** Students are reviewed Present	*- Review Present tenses* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

tense through tasks of the followings: 2.1. Preposition 2.2. Exercises **II. Practice mini tests:** **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B*/ Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 15 – page 28 + Students are supposed to review all the learnt contents in class.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.*
+ Students should do more listening practice at home. ***- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	*- More reading practice.*

Unit 1: Present Tense *(4/0/8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	*- Review Present tenses*
Nội dung giảng dạy **2. Grammar: (1period)**	

2.1. Incomplete Sentences **3. Reading: (2periods)** 3.1. Incomplete Texts 3.2. Reading Comprehension **Phương pháp giảng dạy*:*** + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	*- Consolidate listening, grammar and reading skills.*
***B*/ Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 15 – page 28 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. ***- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

Unit 2: Past Tenses *(4:0:8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. General review: (1period)** **1. Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **2. Grammar focus:** Students are reviewed Past tenses through tasks of the followings: 2.1. Preposition 2.2. Exercises **II. Practice mini tests:** **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	*- Review Past tenses.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 29 – page 42 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.*

+ Students should do more reading tasks.	*- More reading practice.*
- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết: + Very Easy TOEIC	
Unit 2: Past Tenses *(4:0:8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	*- Review Past tenses.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*
Nội dung giảng dạy **2. Grammar: (1period)** 2.1. Incomplete Sentences **3. Reading: (2periods)** 3.1. Incomplete Texts 3.2. Reading Comprehension **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 29 – page 42 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

+ Students should do more reading tasks. ***- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	
Unit 3: Gerund and Infinitive *(4:0:8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. General review: (1period)** **1. Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **2. Grammar focus:** Students are reviewed grammar through tasks of the followings: 2.1. Preposition 2.2. Exercises **II. Practice mini tests:** **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice.	*- Review Gerund and Infinitive.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

+ Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 43 – page 56 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*
+ Students should do more reading tasks. ***- Các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	

Unit 3: Gerund and Infinitive *(4:0:8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **2. Grammar: (1period)** 2.1. Incomplete Sentences **3. Reading: (2periods)** 3.1. Incomplete Texts 3.2. Reading Comprehension **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing,	*- Review Gerund and Infinitive.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B*/ Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 43 – page 56 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. ***- Các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

Midterm Test ***Unit 4: Nouns and Pronouns*** *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Midterm Test. (2periods)** **II. Unit 4 - General review: (1period)** **1. Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **2. Grammar focus:** Students are reviewed grammar through tasks of the followings: 2.1. Preposition 2.2. Exercises **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill.	*- Review Gerund and Infinitive.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

+ Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class. - For the revision, teachers may give more handouts with extra exercises for reviewing vocabulary, grammars, listening and reading.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 99 – page 108 + Students are supposed to review all the learnt contents in class.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*
+ Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. - ***Các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	

Unit 4: Nouns and Pronouns (cont.) *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
***A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp**: *(4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Practice mini tests:** **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **2. Grammar: (1period)** 2.1. Incomplete Sentences **Phương pháp giảng dạy**: + Teachers review all the essential grammar points	*- Review Nouns and Pronouns* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 109 – page 112 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*
+ Students should do more reading tasks. ***- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	

Unit 4 (cont) ***Unit 5: Adjectives and Adverbs*** *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Unit 4:** **1. Reading: (2periods)** 1.1. Incomplete Texts 1.2. Reading Comprehension **II. Unit 5: (1period)** **Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary	*- Adjectives and Adverbs* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học:**
Các nội dung tự học: Page 113 – page 119 + Students are supposed to review all the learnt contents in class.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.*
+ Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. (Teachers may give them hanouts if necessary.) ***- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	*- More reading practice.*

Unit 5: Adjectives and Adverbs (cont.) *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy	

I. Practice mini tests: **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **2. Grammar: (1period)** 2.1. Incomplete Sentences **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	*- Review Nouns and Pronouns* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 120 – page 126	
+ Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. (Teachers may give them hanouts if necessary.) *- Các tài liệu học tập cần thiết:* + Very Easy TOEIC	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

Unit 5 (cont.) + Unit 6: Comparisons *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Unit 5: Practice mini tests:** 1**. Reading: (2periods)** 1.1. Incomplete Texts 1.2. Reading Comprehension **II. Unit 6: General review: (1period)** **1. Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **2. Grammar focus:** Students are reviewed Comparisons through tasks of the followings: 2.1. Preposition 2.2. Exercises **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	*- Review Comparisons.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 127 – page 135 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.*

home. + Students should do more reading tasks. *- Các tài liệu học tập cần thiết:* + Very Easy TOEIC	*- More reading practice.*

Unit 6: Comparisons *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Practice mini tests:** **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **2. Grammar: (1period)** 2.1. Incomplete Sentences **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class. + For the revision, teachers may give more worksheets to reviewed the aimed knowledge.	*- Review Comparisons.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 136 – page 140 + Students are supposed to review all the learnt	*- The learnt lesson is enhanced.*

contents in class. + Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. (Teachers may give them hanouts if necessary.) - ***Các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	*- More listening practice.* *- More reading practice.*

Unit 6 (cont.) + Unit 7: Modifiers *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Practice mini tests:** 1**. Reading: (2periods)** 1.1. Incomplete Texts 1.2. Reading Comprehension **II. Unit 7: General review: (1period)** **1**. **Vocabulary**: Students are reviewed vocabulary through tasks of the followings: 1.1. Listening 1.2. Reading **2. Grammar focus:** Students are reviewed Modifiers through tasks of the followings: 2.1. Preposition 2.2. Exercises **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a	*- Review Modifiers.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers can differentiate the time depending on the	
students' level in a class. + For the revision, teachers may give more worksheets to reviewed the aimed knowledge.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 155 – page 168 + Students are supposed to review all the learnt contents in class.	
+ Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. (Teachers may give them hanouts if necessary.) ***- Các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC + English Grammar in Use. + Teachers' handouts.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

Unit 7: Modifiers (cont.) *(4/0/8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **I. Practice mini tests:** **1. Listening: (2periods)** 1.1. Picture Description 1.2. Questions and Responses 1.3. Short Conversations. 1.4. Short Talks. **2. Grammar: (1period)** 2.1. Incomplete Sentences **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and	*- Review Modifiers.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.*

supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers guide students the techniques to choose the best	
answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice. + Teachers can differentiate the time depending on the students' level in a class.	
***B*/ Các nội dung cần tự học ở nhà:** *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 183 – page 225 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. - ***Các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

Unit 7: Modifiers (cont.) – Review *(4:0:8)*	**Dự kiến mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung**
A/* Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (4)*	
Nội dung giảng dạy **3. Reading: (2periods)** 3.1. Incomplete Texts 3.2. Reading Comprehension **II. Review Unit 4 → Unit 7**: **(1period)** - Vocabulary. - Listening tasks. - Reading tasks. **Phương pháp giảng dạy***:* + Teachers review all the essential grammar points and supply more extra exercises if necessary. + Teachers provide students with the necessary	*- Review Modifiers.* *- Consolidate listening, grammar and reading skills.* *- Review unit 4 → unit 7.*

vocabulary. + Teachers introduce students the important techniques required for successfully doing a TOEIC test. + Teachers let students listen to the cassette player in class and guide them how to improve listening skill. + Teachers show the ways to guess the meaning of a new word, the main idea of a paragraph or a text. + Teachers guide students the techniques to choose the best answer by guessing the meaning, comparing, eliminating the wrong choice.	
***B/* Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(8)*	**Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học**
Các nội dung tự học: Page 183 – page 225 + Students are supposed to review all the learnt contents in class. + Students should do more listening practice at home. + Students should do more reading tasks. (Teachers may give them handouts if necessary.) ***- Liệt kê các tài liệu học tập cần thiết:*** + Very Easy TOEIC + Teachers' handouts.	*- The learnt lesson is enhanced.* *- More listening practice.* *- More reading practice.*

1. Tên học phần : ANH VĂN CHUYÊN NGÀNH 1
2. Mã học phần : 3107082018
3. Số tín chỉ : 3(3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2
5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không
7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng sử dụng các từ vựng thương mại cơ bản thuộc chuyên ngành quản trị để giao tiếp, đọc hiểu các tài liệu về thương mại và soạn thảo các văn bản có liên quan đến thư tín thương mại.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

- Kiến thức: Từ vựng chuyên ngành quản trị và các loại thư tín thương mại cơ bản
- Kỹ năng: Từ vựng và thuật ngữ thương mại được vận dụng qua các tình huống khác nhau để luyện các kỹ năng đọc hiểu và viết thư tín thương mại. Kỹ năng nghe nói được thực hiện qua Case Study.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- Dự lớp: trên 70%
- Bài tập: trên lớp và ở nhà
- Khác: theo yêu cầu của giảng viên

Tài liệu học tập

Sách, giáo trình chính:

[1] David Cotton, David Falvey, and Simon Kent (2012). *Market Leader Pre-Intermediate* 3e. Pearson ELT.

Tài liệu tham khảo:

[2] John Rogers (2005). *Market Leader Practice File*, Pre-Intermediate Business English. Pearson Education ESL.

[3] Bertha J.Naterop, Erich Weis and Eva Haberfellner (1998). *Business Letters for All*. Oxford University Press.
[4] Christoppher Goddard (1995). *Business Idioms International*. Prentice Hall.

10. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầucủa giảng viên*

11. Thang điểm thi: Theo quy chế tín chỉ

12. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Careers	5	5		10	
2	Selling online	5	5		10	
3	Companies	5	5		10	
4	Great ideas	10	10		20	
5	Stress	10	10		20	
6	Entertaining	10	10		20	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Unit 1: Careers.

1.1 . Vocabulary : Career moves.
1.2 Reading : Female train drivers.
1.3 Lanuage review : Modals 1
1.4 Case study : Fast-Track Inc.
1.5 Writing : Memo.

Unit 2: Selling online.

2.1	Vocabulary	:	Shopping online.
2.2	Reading	:	Virtual pocket money.
2.3	Lanuage review	:	Modals 2
2.4	Case study	:	Lifetime Holidays.
2.5	Writing	:	E-mail.
Unit 3:	**Companies**		
3.1	Vocabulary	:	Company vocabulary
3.2	Reading	:	Company website
3.3	Lanuage review	:	Present simple and present continuous.
3.4	Case study	:	Valentino Chocolates.
3.5	Writing	:	Memo
Unit 4:	**Great ideas**		
4.1	Vocabulary	:	Verb and noun combinations.
4.2	Reading	:	Three great ideas.
4.3	Lanuage review	:	Past simple and past continuous.
4.4	Case study 4	:	Fabtek.
4.5	Writing	:	Memo report.
Unit 5:	**Stress**		
5.1	Vocabulary	:	Stress in the workplace.
5.2	Reading	:	A career change
5.3	Lanuage review	:	Past simple and present perfect.
5.4	Case study 5	:	Genova Vending Machines
5.5	Writing	:	Memo.
Unit 6:	**Entertaining**		
6.1	Vocabulary	:	Eating and drinking.
6.2	Reading	:	Corporate entertaining in Japan
6.3	Lanuage review	:	Multi-word verbs
6.4	Case study 6	:	Organising a conference.
6.5	Writing	:	E-mail

1. Tên học phần : TOÁN CAO CẤP 1
2. Mã học phần : 3107091011
3. Số tín chỉ : 3(3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1
5. Phân bố thời gian
- Lên lớp : 45 tiết
- Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không
7. Mục tiêu của học phần

Kiến thức:

7.1/ Sinh viên nắm được định nghĩa và phân loại ánh xạ,định nghĩa hàm số

7.2/ Cung cấp kiến thức về ma trận và các phép biến đổi ma trận

7.3/ Sinh viên tính được định thức, tìm ma trận nghịch đảo và tìm được hạng của ma trận

7.4/ Sinh viên giải được hệ phương trình tuyến tính.

7.5/ Sinh viên tìm được giới hạn và xét sự liên tục giới hạn của hàm số

7.6/ Sinh viên thuần thục trong việc tìm đạo hàm, vi phân của hàm số.

7.7/ Sinh viên tính được một số tích phân bất định đơn giản

7.8/ Sinh viên thuần thục trong tính tích phân bất định

7.9/ Sinh viên tính được tích phân hữu tỷ

7.10/ Sinh viên tính được các tích phân hàm vô tỷ.

7.11/ Sinh viên tính được tích phân hàm lượng giác

7.12/ Sinh viên tính được tích phân xác định

7.13/ Sinh viên tìm được đạo hàm, vi phân và tính được cực trị của hàm hai biến số.

7.14/ Sinh viên tính được tích phân kép.

7.15/ Sinh viên tính được tích phân đường.

Kỹ năng: Sau khi học xong, sinh viên:

7.16/ Có kỹ năng giải hệ phương trình tuyến tính

7.17/ Thuần thục trong tính giới hạn, xét liên tục, tìm đạo hàm, vi phân hàm một biến

7.18/ Có kỹ năng tích phân bất định, tích phân xác định, tích phân kép, tích phân đường

Thái độ nghề nghiệp:

7.19 / Rèn luyện sinh viên cho sinh viên tính tỉ mỉ, tính cẩn thận, tinh thần chịu khó trong học tập và trong công việc ở tương lai.

7.20/ Rèn luyện cho sinh viên cách giải quyết vấn đề, tinh thần hợp tác trong làm việc.

8. Mô tả tóm tắt học phần

Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính

Chương II: Giới hạn,liên tục, đạo hàm, vi phân của hàm một biến

Chương III: Tích phân bất định

Chương IV: Tích phân xác định và hàm nhiều biến

Chương V: Tích phân kép, tích phân đường

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính: Gíao trình toán cao cấp 1, lưu hành nội bộ.

- Sách, tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Đình Trí, Toán cao cấp 1, 2, 3, NXB Giáo dục, 2012.

2. Đinh Bạc Thấm, Bài tập toán cao cấp 1, NXB Giáo dục, 1997.

3. Nguyễn Thuỷ Thanh, Bài tập giải tích 1,2, NXB Giáo dục, 2002.

11. Tỷ lệ phần trăm các thành phần điểm và các hình thức đánh giá sinh viên

- Đánh giá quá trình: 50%, trong đó:

+ Làm bài tập: 30%

+ Thi giữa kỳ: 20%

- Thi cuối học kỳ: 50%, hình thức thi: tự luận, thời gian thi: 120 phút.

12. Thang điểm thi: Theo quy chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính.	9	9		18	
2	Chương II: Giới hạn,liên tục, đạo hàm, vi phân của hàm một biến	9	9		18	
3	Chương III: Tích phân bất định	9	9		18	
4	Chương IV: Tích phân xác định và hàm nhiều biến	9	9		18	
5	Chương IV: Tích phân kép và tích phân đường	9	9		18	
TỔNG		**45**	**45**		**90**	

Kế hoạch thực hiện (Nội dung chi tiết) học phần theo tuần

Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính.	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1/ Sinh viên nắm được định nghĩa và phân loại ánh xạ,định nghĩa hàm số.
Nội dung giảng dạy Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính.	

+ Bài 1: Hàm số (1) 1. Ánh xạ 1.1. Các định nghĩa 1.2. Đơn ánh, toàn ánh, song ánh 1.3. Ánh xạ ngược của 1 song ánh 1.4. Tích của 2 ánh xạ + Bài 2: Ma trận(2) Định nghĩa. 1. Ma trận không. 2. Ma trận bằng nhau. 3. Ma trận đơn vị In (cỡ n). 4. Cộng ma trận. 5.1. Định nghĩa 5.2. Tính chất 5. Nhân ma trận với một số 6.1. Định nghĩa 6.2. Tính chất 6. Phép nhân ma trận với ma trận 7.1. Định nghĩa 7.2. Chú ý 7. Một số tính chất 8. Ma trận chuyển vị 9. Chuyển vị của tích hai ma trận định lý Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	2/ Sinh viên nắm được các kiến thức về ma trận , định thức và các phép biến đổi ma trận.
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học

Các nội dung tự học Bài hàm số trang 1 – trang 12 1. Số thực 1.1. Khái niệm về số thực 1.2. Trục số 1.3. Khoảng, đoạn, khoảng vô hạn 1.4. Gía trị tuyệt đối 1.5. Tính chất của giá trị tuyệt đối 2. Các khái niệm cơ bản về hàm 1 biến số 2.1. Định nghĩa hàm 1 biến số 2.2. Đồ thị của hàm 1 biến số 2.3. Hàm số đơn điệu, hàm số chẵn, hàm số lẻ, hàm số tuần hoàn 2.4. Hàm số hợp 2.5. Hàm số ngược 3. Phân loại hàm số 3.1. Các hàm số sơ cấp cơ bản 3.2. Hàm số sơ cấp 4. Bài tập về ma trận, hàm số trang 18,19	Củng cố kiến thức về ma trận và hàm số. Rèn luyện kỹ năng tính toán các phép toán trên ma trận

Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính.	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên nắm được các kiến thức về định thức của ma trận vuông.
Nội dung giảng dạy + Bài 3: Định thức(2) + Bài tập (1) I. Định thức 1. Tính chất của ma trận vuông. 2. Tính chất của định thức.	

2.1. Tính chất 1 2.2.Tính chất 2 2.3.Tính chất 3 2.4.Tính chất 4 2.5.Tính chất 5 2.6.Tính chất 6 2.7.Tính chất 7 2.8.Tính chất 8 2.9.Tính chất 9 2.10.Tính chất 10 2.11.Tính chất 11 2.12. Cách tính định thức bằng biến đổi sơ cấp II. Ma trận nghịch đảo 1. Ma trận đơn vị. 2. Ma trận khả đảo và ma trận nghịch đảo. 3. Sự duy nhất của ma trận nghịch đảo. 4. Sự tồn tại của ma trận nghịch đảo và biểu thức của nó. 5. Cách tính ma trận nghịch đảo bằng phụ đại số. 6. Ma trận nghịch đảo của tích hai ma trận 7. Định thức của tích hai ma trận. III. Hạng của ma trận 1. Định nghĩa. 2. Định lý. IV. Bài tập Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại.	

+ Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập về định thức – trang 27	Rèn luyện kỹ năng tính định thức của ma trận.

Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính.	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên nắm được các kiến thức về phương pháp giải hệ phương trình tuyến tính.
Nội dung giảng dạy Bài 3: Bài tập tt (1)+ Bài 4: Hệ phương trình đại số tuyến tính (2) 1. Bài tập định thức (tt) 2. Dạng tổng quát của hệ phương trình tuyến tính. 3. Dạng ma trận của hệ phương trình tuyến tính. 4. Hệ Cramer. Định nghĩa Định lý 5. Giải hệ phương trình tuyến tính bằng biến đổi sơ cấp. 6. Phương pháp Gauss – Jodan. 7. Phương pháp ma trận nghịch đảo. 8. Giải hệ phương trình tuyến tính tổng quát. Định lý Chú ý 9. Hệ thuần nhất.	

8.1. Định lý 8.2. Hệ quả Phương pháp giảng dạy: + thuyết trình + vấn đáp + giảng giải	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập giải hệ phương trình tuyến tính - trang 34 – 35	Rèn luyện kỹ năng giải hệ phương trình tuyến tính.

Chương I: Hàm số, ma trận, định thức, hệ phương trình đại số tuyến tính.	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Rèn luyện kỹ năng giải hệ phương trình tuyến tính.
Nội dung giảng dạy + Bài 4: Bài tập Hệ phương trình đại số tuyến tính (3) Phương pháp giảng dạy: + thuyết trình + vấn đáp + giảng giải	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập giải hệ phương trình tuyến tính - trang 34 – 35	Bài tập giải hệ phương trình tuyến tính

Chương II: Giới hạn,liên tục, đạo hàm, vi phân của	Dự kiến các mục tiêu được

hàm một biến.	thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên hiểu được về định nghĩa và tính chất của giới hạn, liên tục, đạo hàm và vi phân.
Nội dung giảng dạy + Bài 1: Giới hạn và liên tục của hàm số một biến số (1) + Bài tập (1) I. Giới hạn của hàm số 1. Định nghĩa. 2. Tính chất. 2.1. Định lý 2.2. Định lý 2.3. Định lý 3. Giới hạn một phía. 3.1. Định nghĩa 3.2. Định lý 4. Vô cùng bé, vô cùng lớn. 4.1. Định lý II. Hàm số liên tục 1. Định nghĩa. 2. Định lý 1. 3. Định lý 2. 4. Liên tục bên trái, liên tục bên phải tại một điểm. 5. Hàm số gián đoạn tại một điểm. 6. Các tính chất của hàm số liên tục. 6.1. Định lý 6.2. Hệ quả 6.3. Định lý + Bài 2: Đạo hàm và vi phân của hàm số một biến	

số (1) I. Đạo hàm 1. Định nghĩa đạo hàm tại một điểm. 1.1. Định nghĩa 1.2. Đạo hàm bên trái, bên phải 2. Tính chất 3. Giải thích bằng đồ thị 4. Đạo hàm trên khoảng, đoạn. 5. Các phép tính về đạo hàm. 6. Đạo hàm của hàm số hợp 7. Đạo hàm của hàm số ngược. 8. Đạo hàm cấp cao. II. Vi phân 1. Định nghĩa 2. Công thức tính vi phân. 3. Ứng dụng vi phân để tính gần đúng giá trị hàm số 4. Vi phân cao cấp III. Ứng dụng 1. Các định lý về giá trị trung bình. 1.1. Định lý Fermar 1.2. Hệ quả 1.3 Định lí Lagrange 1.4 Định lý Cauchy 2. Ứng dụng các định lý về giá trị trung bình. 2.1. Định lý L'Hospital 2.2. Chú ý.	

Phương pháp giảng dạy: + thuyết trình + vấn đáp + giảng giải	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài: giới hạn và liên tục của hàm số một biến – trang 38-40 + Giới hạn của dãy số 1. Nhắc lại. 2. Định nghĩa. 3. Định lý căn bản. 4. Hệ thức trên những dãy số hội tụ. 5. Tính đơn điệu của dãy số. 5.1. Định nghĩa 5.2. Tính chất 6. Mở rộng giới hạn của dãy số. 6.1. Định nghĩa 6.2. Tính chất + Hàm số nghịch đảo của một hàm số nghiêm cách đơn điệu trên đoạn.	Sinh viên biết cách tìm giới hạn và xét sự liên tục của hàm số.

Chương II: Giới hạn,liên tục, đạo hàm, vi phân của hàm một biến	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên thuần thục trong

Nội dung giảng dạy + Bài 2: Đạo hàm và vi phân của hàm số một biến số (tt) (1) + Bài tập (2) Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	việc tìm đạo hàm, vi phân của hàm số.
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập Đạo hàm và vi phân của hàm số một biến số - trang 66-67	Sinh viên thuần thục trong việc tìm đạo hàm, vi phân của hàm số.

Chương III: Tích phân bất định	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1/ Sinh viên hiểu được định nghĩa tích phân bất định. 2/ Nắm các phương pháp tính tích phân. 3/ Thuộc bảng nguyên hàm.
Nội dung giảng dạy + Bài 1: Tích phân bất định (1) 1. Định nghĩa nguyên hàm. 2. Định lý. 3. Các tính chất đơn giản. 4. Bảng tích phân các hàm số thông dụng. Định lý + Bài 2: Phương pháp tính tích phân bất định (1) + Bài tập (1) 1. Phép đổi biến. 2. Phương pháp tích phân từng phần. Phương pháp giảng dạy:	

+ Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập tính tích phân bất định – trang 74	Rèn luyện kỹ năng tính tích phân bất định

Chương III: Tích phân bất định	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên nắm các phương pháp tính tích phân hàm hữu tỷ
Nội dung giảng dạy + Bài 3: Tích phân, phân thức hữu tỷ (2) + Bài tập (1) 1. Khái niệm. 2. Cách tính. Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập tính tích phân hàm hữu tỷ - trang 83	Rèn luyện kỹ năng tính tích phân hàm hữu tỷ

Chương III: Tích phân bất định	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung

A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên nắm các phương pháp tính tích phân hàm vô tỷ
Nội dung giảng dạy + Bài 4: Tích phân hàm số vô tỷ (2) + Bài tập (1) 1. Khái niệm. 2. Cách tính. Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập tính tích phân hàm vô tỷ - trang 87	Rèn luyện kỹ năng tính tích phân hàm vô tỷ

Chương III: Tích phân bất định	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	Sinh viên nắm các phương pháp tính tích phân hàm lượng giác
Nội dung giảng dạy + Bài 5: Tích phân hàm số lượng giác (1) + Bài tập (1) + Kiểm tra (1) 1. Khái niệm. 2. Cách tính. Phương pháp giảng dạy: + thuyết trình + vấn đáp + giảng giải	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự

	học
Các nội dung tự học Bài tập tính tích phân hàm lượng giác – trang 90	Rèn luyện kỹ năng tính tích phân hàm lượng giác

Chương IV: Tích phân xác định và hàm nhiều biến	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1/ Sinh viên nắm được định nghĩa tích phân xác định 2/ Các phương pháp tính.
Nội dung giảng dạy + Bài 1: Tích phân xác định (2) + Bài tập (1) I. Định nghĩa 1. Bài toán diện tích. 2. Định nghĩa tích phân xác định. II. Điều kiện khả tích 1. Định lý 1 2. Định lý 2 3. Định lý 3 4. Định lý 4 III. Tính chất của tích phân 1. Tính chất 1 2. Tính chất 2 3. Tính chất 3 4. Tính chất 4 IV. Phương pháp tính tích phân xác định 1. Các định lý. 1.1. Định lý 1 1.2. Định lý 2 2. Phép đổi biến số trong tích phân xác định.	

2.1. Định lý 1 2.2. Định lý 2 3. Phép lấy tích phân từng phần. V. Ứng dụng của tích phân 1. Diện tích hình phẳng. 2. Thể tích khối tròn xoay. 2.1. Vật thể bất kỳ 2.2. Thể tích khối tròn xoay quay quanh Ox 2.3. Thể tích khối tròn xoay quay quanh Oy 3. Độ dài đường cong. 4. Diện tích mặt tròn xoay sinh ra bởi đường cong (C) khi quay quanh Ox Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học Bài tập tính tích phân xác định – trang 113 ,114	Rèn luyện kỹ năng tính tích phân xác định

Chương IV: Tích phân xác định và hàm nhiều biến	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1/ Sinh viên nắm được định nghĩa tích phân xác định, hàm nhiều biến.
Nội dung giảng dạy + Bài 1: Bài tập Tích phân xác định tt (1) + Hàm nhiều biến (2) +Bài tập (1)	

I. Hàm hai biến 1. Định nghĩa. 2. Miền xác định. 3. Hệ thức của hàm hai biến 4. Đồ thị cua hàm hai biến. 5. Giới hạn và liên tục. 5.1. Giới hạn 5.1.1. Định nghĩa 5.1.2. Tính chất 5.2. Liên tục 6. Đạo hàm riêng. 6.1. Định nghĩa 6.2. Tính chất 6.3. Đạo hàm riêng phần bậc cao 7. Vi phân. 7.1. Quy ước 7.2. Vi phân có điều kiện Phương pháp giảng dạy: + thuyết trình + vấn đáp + giảng giải	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học +Bài tập về hàm nhiều biến. Trang 126 + Tích phân suy rộng. + Mặt bậc hai. +Ứng dụng vi phân toàn phần vào tính gần đúng.	Sinh viên tìm được đạo hàm, vi phân và tính được cực trị của hàm hai biến số.

+Đạo hàm hàm ẩn. +Cực trị của hàm số.	

Chương V: Tích phân kép, tích phân đường	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1/ sinh viên nắm được định nghĩa tích phân kép
Nội dung giảng dạy + Bài 1: Tích phân kép (3) I. Tích phân kép 1. Khái niệm. 1.1. Bài toán thể tích 1.2. Định nghĩa 1.3. Tính chất 1.4. Điều kiện khả tích 2. Cách tính tích phân kép. 2.1. Định lý 1 2.1.1. Hệ quả 2.2. Định lý 2 2.2.1. Hệ quả 2.3. Định lý 3 2.3.1. Hệ quả 3. Đổi biến số. 4. Ứng dụng hình học của tích phân kép. 4.1. Tính thể tích 4.2. Tính diện tích hình phẳng 4.3. Tính diện tích mặt Phương pháp giảng dạy:	

+ Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học + Tích phân phụ thuộc tham số. Trang 130 - 133 + Ứng dụng cơ học của tích phân kép. Trang 146 - 148	sinh viên nắm được định nghĩa tích phân kép

Chương V: Tích phân kép, tích phân đường	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1/ sinh viên nắm được định nghĩa tích phân kép, tích phân đường. 2/ Các phương pháp tính.
Nội dung giảng dạy + Bài 1: Bài tập Tích phân kép (2) + Bài 2: Tích phân đường (1) I. Tích phân đường loại một 1. Định nghĩa. 2. Cách tính. 3. Trường hợp đường lấy tích phân là một đường trong không gian. 4. Trọng tâm của cung đường. II. Tích phân Đường loại hai 1. Định nghĩa. 2. Cách tính. 3. Công thức Green. 4. Điều kiện để tích phân đường không phụ thuộc	

vào đường lấy tích phân. Định lý Các hệ quả Phương pháp giảng dạy: + thuyết trình + vấn đáp + giảng giải	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học +Bài tập về tích phân kép. Trang 149 +Trường hợp đường lấy tích phân là một đường trong không gian. Trang 152	1 / Sinh viên tính được tích phân kép. 2 / Sinh viên hiểu được tích phân đường.

Chương V: Tích phân kép, tích phân đường.	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc nội dung
A/ Tóm tắt các nội dung và phương pháp giảng dạy trên lớp: (2)	1 / Sinh viên tính được tích phân đường.
Nội dung giảng dạy + Bài 2: Tích phân đường tt (1) + Bài tập (2) Phương pháp giảng dạy: + Diễn giảng kèm đàm thoại. + Sử dụng hình ảnh minh họa. + Đặt vấn đề để sinh viên thuyết trình, thảo luận	
B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (4)	Dự kiến các mục tiêu được thực hiện sau khi kết thúc tự học
Các nội dung tự học +Bài tập về tích phân đường. Trang 158 - 159	Sinh viên tính được tích phân đường.

1. Tên học phần : ANH VĂN CHUYÊN NGÀNH 2

2. Mã học phần : 3107083024

3. Số tín chỉ : 3(3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bố thời gian

Lên lớp : 45 tiết

Thực hành phòng thí nghiệm : 0 tiết

Thực hành : 0 tiết

Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng sử dụng các từ vựng thương mại cơ bản thuộc chuyên ngành quản trị để giao tiếp, đọc hiểu các tài liệu về thương mại và soạn thảo các văn bản có liên quan đến thư tín thương mại.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Kiến thức: Từ vựng chuyên ngành quản trị và các loại thư tín thương mại cơ bản

Kỹ năng: Từ vựng và thuật ngữ thương mại được vận dụng qua các tình huống khác nhau để luyện các kỹ năng đọc hiểu và viết thư tín thương mại. Kỹ năng nghe nói được thực hiện qua Case Study.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- Khác: theo yêu cầu của giảng viên

10. Tài liệu học tập

Sách, giáo trình chính:

[1] David Cotton, David Falvey, and Simon Kent (2012). *Market Leader Pre-Intermediate* 3e. Pearson ELT.

Tài liệu tham khảo:

[2] John Rogers (2005). *Market Leader Practice File*, Pre-Intermediate Business English. Pearson Education ESL.

[3] Bertha J.Naterop, Erich Weis and Eva Haberfellner (1998). *Business Letters for All*. Oxford University Press.
[4] Christoppher Goddard (1995). *Business Idioms International*. Prentice Hall.

13. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầucủa giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Unit 7- Marketing	5	5		10	
2	Unit 8- Planning	5	5		10	
3	Unit 9- Managing people	5	5		10	
4	Unit10- Conflict	10	10		20	
5	Unit11- New business	10	10		20	
6	Unit12- Products	10	10		20	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Unit 7- Marketing

7.1. Vocabulary: Word partnerships
7.2. Reading: Selling dreams
7.3. Language review: Questions
7.4. Listening, Skills: Telephoning

7.5. Case study 7: Kristal Water

Unit 8- Planning

8.1. Vocabulary: Ways to plan
8.2. Reading: Planning for tourism
8.3. Language review: Talking about future plans
8.4. Listening, Skills: Meetings
8.5. Case study 8: The voice of business

Unit 9- Managing people

9.1. Vocabulary: Verbs and prepositions
9.2. Reading: Managing across cultures
9.3. Language review: Reported speech
9.4. Listening, Skills: Socialising and entertaining
9.5. Case study 9: The way we do things

Unit 10- Conflict

10.1. Vocabulary: Word building
10.2. Reading: Negotiating across cultures
10.3. Language review: Conditionnals
10.4. Listening, Skills: Negotiating
10.5. Case study 10: European Campers

Unit 11- New business

11.1. Vocabulary: Economic terms
11.2. Reading: Developing a new industry
11.3. Language review: Time clauses
11.4. Listening, Skills: Dealing with numbers
11.5. Case study 11: Marcia Lee Jeans

Unit 12- Products

12.1. Vocabulary: Describing products
12.2. Reading: Launching a new product
12.3. Language review: Passives
12.4. Listening, Skills: Presenting a product
12.5. Case study 12: Minerva A.G.

Writing

- Letters
- Memos

- Notice
- Faxes
- e-mails
- Sales leaflets

Tên học phần : QUẢN TRỊ BÁN HÀNG

1. Mã học phần : 3107083023

2. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

3. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

4. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

5. Điều kiện tiên quyết: không.

6. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về bán hàng, chiến thuật chào hàng, các bước bán hàng, kỹ năng bán hàng và tổ chức bán hàng

7. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Học phần này bao gồm các vấn đề liên quan đến phương pháp luận của môn học. Nội dung chủ yếu trình bày các vấn đề cơ bản về tổ chức và quản lý bán hàng, từ đó dẫn dắt sinh viên tiếp cận những kiến thức về chào hàng, các bước bán hàng. Tiếp theo, sinh viên sẽ được cung cấp những kỹ năng bán hàng và kỹ năng tổ chức bán hàng.

8. Nhiệm vụ của sinh viên:

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

9. Tài liệu học tập :

Sách, giáo trình chính:

- [1] TS Bùi Văn Danh, Nguyễn Văn Dung & Lê Quang Khôi, *Quản Trị Bán Hàng*, NXB Phương Đông, 2012.

Tài liệu tham khảo:

- [1] TS. Nguyễn Minh Tuấn, *Giáo trình Marketing Căn bản*, Khoa Kinh tế, Trường ĐHCN TP.HCM, 2004
- [2] Hồ Đức Hùng & Nguyễn Đình Thọ, *Một số vấn đề cơ bản về Marketing*, CESAIS, 1991
- [3] TS. Nguyễn Đình Thọ, *Nghiên cứu Marketing*, NXB ĐHKT, 1996
- [4] PTS.Phan Văn Thăng&Nguyễn Văn Hiến, *Nghiên cứu Marketing*, NXB Thống kê, 2002
- [5] Kotler, P., *Marketing Management*, 8th e., Prentince – Hall, 2004
- [6] Assael, H., *Consumer Behavior and Selling Action*, Kent Publishing, 1987.
- [7] Porter, M., Competitive Strategy, The Free Press, 1980
- [8] Howard, J., *Consumer Behavior in Selling Strategy*, Prentice –Hall, 1989.
- [9] Levy, M., Grewal, Dhruv & Weitz, Barton (2013), *Retailing Management* 9e., McGraw-Hill Education.
- [10] Tracy, Brian (2015), *Sales Management (The Brian Tracy Success Library)*, AMACOM.
- [11] TS. Trần Thị Thập, *Quản Trị Bán Hàng*, NXB Thông Tin và Truyền Thông, 2012.

10.Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm: Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết môn học:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Tổng quan học phần Quản trị bán hàng	2	2		4	

2	Một số khái niệm liên quan bán hàng	10	10		20	
3	Chiến thuật chào hàng-Các bước bán hàng	11	11		22	
4	Một số kỹ năng bán hàng	13	13		26	
5	Một số nội dung về công tác tổ chức và quản lý bán hàng	9	9		18	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ MÔN HỌC NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG

1.1. BỐI CẢNH, CƠ SỞ VÀ QUAN ĐIỂM TIẾP CẬN MÔN HỌC

1.1.1. Bối cảnh nghiên cứu

1.1.2. Cơ sở nghiên cứu

1.1.3. Quan điểm nghiên cứu

1.2. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC

1.2.1. Đối tượng nghiên cứu

1.2.2. Phạm vi nghiên cứu

1.2.3. Phương pháp nghiên cứu

1.3. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU VÀ PHẠM VI ỨNG DỤNG

1.3.1. Mục đích nghiên cứu

1.3.2. Phạm vi ứng dụng

1.4. MỘT SỐ MÔN HỌC SINH VIÊN CẦN THAM KHẢO THÊM

1.4.1. Marketing căn bản

1.4.2. Nghiên cứu Marketing

1.4.3. Quản trị học

1.4.4. Tâm lý quản lý

1.4.5. Nghệ thuật đàm phán và giao tiếp

1.4.6. Hoạch định và Tổ chức bán hàng (Quản trị bán hàng)

1.4.7. Quản trị Marketing

1.4.8. Quản trị truyền thông
1.4.9. Quản trị PR
1.4.10. Quản trị thương hiệu

CHƯƠNG 2: MỘT SỐ KHÁI NIỆM LIÊN QUAN HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG (CONCEPT OF SALES OPERATIONS)

2.1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN (BASIC CONCEPTS)

2.1.1. Khái quát cung – cầu thị trường (Market Supply & Demand)
2.1.2. Nhu cầu và cầu sản phẩm (Needs , Wants & Demand)
2.1.3. Hoạch định và tổ chức (Planning & Organising)
2.1.4. Hiệu năng và hiệu quả (Efficiency & Effectiveness)
2.1.5. Mục đích và mục tiêu (Goal & Objective)
2.1.6. Tình huống vận dụng (Case Study)
2.1.6.1. Tình huống 1: Xác định hiệu quả và hiệu năng
2.1.6.2. Tình huống 2: Xác định mục đích và mục tiêu

2.2. KHÁI QUÁT HÀNH VI TIÊU DÙNG (CONSUMER BEHAVIOR)

2.2.1. Qui trình quyết định mua hàng (Buying Decision Procedure)
2.2.2. Qui trình chấp nhận sản phẩm mới (Acception Procedure of New Product)
2.2.3. Tình huống vận dụng (Case Study)
2.2.3.1. Tình huống 1: Lập & phân tích quy trình quyết định mua một sản phẩm cụ thể
2.2.3.2. Tình huống 2: Xác định quy trình mua một sản phẩm mới

2.3. KHÁI NIỆM VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG (CONCEPT OF SELLING)

2.3.1. Đặc điểm và lợi ích sản phẩm (Characteristic & Benefit)
2.3.2. Khái niệm hoạt động bán hàng (Concept of Selling Operation)
2.3.3. Một số lỗi thông thường trong bán hàng (Mistakes in Selling)
2.3.4. Tình huống vận dụng (Case Study)
2.3.4.1. Tình huống 1: Phân tích đặc điểm và lợi ích của một sản phẩm
2.3.4.2. Tình huống 2: Phân tích những lợi ích riêng – đặc thù của một sản phẩm

2.4. Ý NGHĨA CỦA HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG (SELLING'S ROLE)

2.4.1. Ý nghĩa trong kinh doanh
2.4.2. Ý nghĩa trong cuộc sống

2.5. PHÂN TÍCH NHU CẦU (DEMAND ANALYSIS)

2.5.1. Nhu cầu Công ty (Organization's Demand)
2.5.1.1. Nhu cầu của tổ chức (công ty)
2.5.1.2. Nhu cầu của cá nhân trong tổ chức (đại diện bán hàng)
2.5.2. Nhu cầu khách hàng (Customer's Demand)
2.5.2.1. Nhu cầu đại lý cấp 1 – Nhà phân phối (WholeSaler)
2.5.2.2. Nhu cầu đại lý cấp 2 – Nhà bán lẻ (Retailer)
2.5.2.3. Nhu cầu Người sử dụng cuối cùng (End-User)
2.5.3. Tình huống vận dụng (Case Study)
2.5.3.1. Tình huống 1:Phân tích nhu cầu của một công ty
2.5.3.2. Tình huống 2: Phân tích nhu cầu khách hàng của một sản phẩm

CHƯƠNG 3: CHIẾN THUẬT CHÀO HÀNG - CÁC BƯỚC BÁN HÀNG (TACTICS OF MAKING AN OFFER AND STEPS OF SELLING)

3.1. VAI TRÒ CỦA MỘT CHUYÊN GIA BÁN HÀNG(SALES EXPERT'S ROLE)

3.1.1. Vai trò của đại diện bán hàng (Sales Representative)
3.1.2. Vai trò của Giám sát bán hàn (Sales Supervisor)
3.1.3. Vai trò của Giám đốc bán hàng khu vực (Area Sales Manager)
3.1.4. Vai trò của Giám đốc bán hàng miền (Regional Sales Manager)
3.1.5. Vai trò của Giám đốc bán hàng toàn quốc (National Sales Manager)

3.2. CHIẾN THUẬT CHÀO HÀNG (TACTICS OF MAKING AN OFFER)

3.2.1. Các giai đoạn trong tiến trình bán hàng (Stages of selling)
3.2.1.1. Trước khi chào hàng
3.2.1.2. Trong khi chào hàng
3.2.1.3. Sau khi chào hàng
3.2.2. Chiến thuật chào hàng trong từng giai đoạn
3.2.3. Tình huống vận dụng (Case Study)
Xây dựng các công việc cần chuẩn bị trước và sau khi chào hàng

3.3. CÁC BƯỚC BÁN HÀNG (STEPS OF SELLING)

3.3.1. Nội dung các bước bán hàng
3.3.2. Một số lưu ý khi vận dụng
3.3.3. Tình huống vận dụng (Case Study)

3.4. VẼ SƠ ĐỒ KÊNH PHÂN PHỐI (DRAWING A DISTRIBUTION MAP)

3.4.1. Khái niệm

3.4.2. Nguyên tắc thực hiện
3.4.3. Sơ đồ kênh phân phối hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)
3.4.4. Sơ đồ kênh phân phối hàng công nghiệp
3.4.5. Sơ đồ kênh phân phối hàng đặc thù

3.5. TRƯNG BÀY HÀNG HOÁ (DISPLAY)

3.5.1. Nguyên tắc trưng bày hàng hoá
3.5.2. Một số lưu ý khi vận dụng
3.5.3. Tình huống vận dụng (Case Study)

TÌNH HUỐNG VẬN DỤNG (CASE STUDY)

Thực tập mẫu về việc vận dụng các bước bán hàng với một sản phẩm cụ thể

CHƯƠNG 4: MỘT SỐ KỸ NĂNG BÁN HÀNG (SELLING SKILLS)

4.1. KỸ NĂNG THĂM DÒ (PROBING SKILL)

4.1.1. Khái niệm
4.1.2. Mục đích
4.1.3. Phương pháp
4.1.3.1. Sử dụng câu hỏi mở
4.1.3.2. Sử dụng câu hỏi tìm dữ liệu
4.1.3.3. Sử dụng câu phản ánh
4.1.3.4. Sự tạm dừng
4.1.3.5. Câu tóm tắt

4.2. KỸ NĂNG NÓI CÂU LỢI ÍCH (BENEFIT STATEMENT SKILL)

4.2.1. Khái niệm đặc điểm và lợi ích
4.2.2. Nguyên tắc trình bày lợi ích
4.2.3. Câu nói lợi ích
4.2.3.1. Mục đích
4.2.3.2. Đặc điểm và kết cấu câu nói lợi ích
4.2.3.3. Phương pháp tạo một câu nói lợi ích

4.3. KỸ NĂNG THUYẾT PHỤC (PERSUADING SKILL)

4.3.1. Phân tích đối tượng mua hàng
4.3.2. Kỹ năng thuyết phục
4.3.2.1. Tóm tắt hoàn cảnh
4.3.2.2. Đưa ra ý tưởng
4.3.2.3. Giải thích công việc là như thế nào

4.3.2.4. Cũng cố giải pháp lợi ích
4.3.2.5. Gợi ý nhanh bước tiếp theo

4.4. KỸ NĂNG XỬ LÝ PHẢN ĐỐI (MANAGING OBJECTION SKILL)

4.4.1. Khái niệm phản đối
4.4.2. Phương pháp xử lý phản đối
4.4.3. Quy trình xử lý phản đối
4.4.3.1. Xác định phản đối thật
4.4.3.2. Hiểu rõ phản đối
4.4.3.3. Kiểm tra phản đối
4.4.3.4. Xử lý phản đối
4.4.4. Một số chiến thuật xử lý phản đối

4.5. KỸ NĂNG TRÌNH BÀY (PRESENTATION SKILL)

4.5.1. Mục đích
4.5.2. Những công việc cần chuẩn bị
4.5.3. Nội dung trình bày
4.5.4. Phong cách trình bày.

CHƯƠNG 5: MỘT SỐ NỘI DUNG VỀ CÔNG TÁC TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ BÁN HÀNG (SELLING ORGANIZATION SKILLS)

5.1. HOẠCH ĐỊNH BÁN HÀNG

5.1.1. Khái niệm
5.1.2. Mục đích
5.1.3. Quy tắc hoạch định 1H – 5W trong tổ chức bán hàng
5.1.4. Công cụ hỗ trợ việc hoạch định
5.1.5. Tình huống vận dụng (Case Study)

5.2. XÂY DỰNG MỤC ĐÍCH VÀ MỤC TIÊU BÁN HÀNG

5.2.1. Khái niệm
5.2.2. Nguyên tắc SMART chuyển mục đích thành mục tiêu
5.2.3. Lựa chọn mục tiêu
5.2.4. Tình huống vận dụng (Case Study)

5.3. QUẢN LÝ THỜI GIAN (TIME MANAGEMENT SKILL)

5.3.1. Khái niệm quản lý thời gian
5.3.2. Tầm quan trọng của quản lý thời gian
5.3.3. Chu kỳ năng lực cá nhân

5.3.4. Tiến trình và phương pháp quản lý thời gian
5.3.5. Một số nguyên nhân gây lãng phí thời gian
5.3.6. Tình huống vận dụng (Case Study)

5.4. KỸ NĂNG QUẢN LÝ ĐỊA BÀN (TERRITORY MANAGEMENT)

5.4.1. Khái niệm quản lý địa bàn
5.4.2. Tầm quan trọng của quản lý địa bàn
5.4.3. Yêu cầu thông tin về địa bàn
5.4.4. Công cụ hỗ trợ hoạch định quản lý địa bàn
5.4.5. Quản lý nguồn lực
5.4.6. Thực hiện tổ chức công việc
5.4.7. Tình huống vận dụng (Case Study)

5.5. KỸ NĂNG XÁC ĐỊNH NHU CẦU VÀ BỐ TRÍ NHÂN SỰ BÁN HÀNG (PERSONNEL ESTIMATING AND ARRANGEMENT SKILL)

5.5.1. Xác định nhu cầu nhân sự phòng bán hàng
5.5.1.1. Nội dung
5.5.1.2. Phương pháp
5.5.2. Bố trí nhân sự
5.5.2.1. Sơ đồ tổ chức phòng bán hàng
5.5.2.2. Một số nguyên tắc phân công công việc
5.5.2.3. Tình huống vận dụng (Case Study)./.

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

2. Mã học phần : 3107083030

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bổ thời gian:

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. **Điều kiện tiên quyết:** Không.

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về vai trò của thương hiệu trong kinh doanh, khái niệm tài sản thương hiệu và những lợi ích của việc tạo lập một thương hiệu mạnh; Phương thức xây dựng và tạo lập tài sản thương hiệu, thiết kế và lựa chọn các thành tố thương hiệu, khuếch trương thương hiệu thông qua các chương trình marketing.

8. **Mô tả vắn tắt nội dung học phần :**

Học phần này bao gồm những vấn đề như khái niệm về thương hiệu, vai trò chức năng của thương hiệu, các mô hình, chiến lược thương hiệu; thiết kế và bảo vệ thương hiệu; quảng bá và khai thác thương hiệu, xử lý những tình huống thương hiệu.

6. Nhiệm vụ của sinh viên:

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

7. Tài liệu học tập:

Sách, giáo trình chính:

- [1] Bùi Văn Quang, *Quản trị Thương hiệu: Lý thuyết và thực tiễn*, NXB Lao Động Xã Hội, 2015.

Tài liệu tham khảo:

- [1] Phạm Thị Lan Phương (chủ biên), *Quản trị Thương hiệu*, NXB Tài Chính, 2014.

- [2] Lê Anh Cường, *Tạo dựng và quản trị thương hiệu – Danh tiếng và lợi nhuận*, NXB Lao động – Xã hội, 2004.

- [3] Nguyễn Quốc Thịnh , *Thương hiệu với nhà quản lý*, NXB Chính trị Quốc gia, 2004.

- [4] Dương Hữu Hạnh, *Quản trị tài sản thương hiệu*, NXB Thống kê, 2005.

- [5] Lý Quí Trung, *Franchise : Bí quyết thành công bằng mô hình nhượng quyền kinh doanh*, NXB Trẻ, 2006.

- [6] Al & Laura Ries, *22 quy luật vàng trong xây dựng nhãn hiệu*, NXB Tri thức, 2006.

- [6] Patricia F. Nicolino, Nguyễn Minh Khôi (Dịch giả), Phương Hà (Hiệu đính), *Quản trị thương hiệu*, NXB Lao Động - Xã Hội, 2010.

- [7] Jean-Noel Kapferer (1994), *Strategic Brand Management*, Free Press.

- [8] Jean-Noël Kapferer (2012), *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*, 5e., Kogan Page.

- [9] Kevin Lane Keller (2003), *Strategic Brand Management*, Prentice Hall.

- [10] Kevin Lane Keller (2012), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 4e., Prentice Hall.

8. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết môn học:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Chương 1: Thương hiệu và Quản trị thương hiệu	6	6		12	
2	Chương 2: Đặc tính thương hiệu , định vị thương hiệu và giá trị	6	6		12	
3	Chương 3: Thiết kế thương hiệu & Bảo vệ thương hiệu	5	5		10	
4	Chương 4: Chiến lược Marketing nhằm tạo dựng giá trị thương	6	6		12	
5	Chương 5: Các mô hình thương hiệu & Chiến lược phát triển	6	6		12	
6	Chương 6: Tạo dựng hình ảnh doanh nghiệp	6	6		12	
7	Chương 7: Định giá thương hiệu & Khai thác thương hiệu bằng hình thức nhượng quyền thương mại	5	5		10	
8	Chương 8: Thương hiệu thâm nhập thị trường quốc tế	5	5		10	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Chương 1: Thương hiệu và Quản trị thương hiệu

1.1.Thương hiệu là gì?

1.1.1. Nhãn hiệu là gì?

1.1.2. Các quan niệm về thương hiệu

1.1.3. Thương hiệu và nhãn hiệu

1.1.4. Thương hiệu và Marketing

1.1.5. Cái gì có thể được gắn thương hiệu

1.2. Vai trò của thương hiệu

1.2.1. Vai trò đối với khách hàng

1.2.2.Vai trò đối với doanh nghiệp

1.3. Chức năng của thương hiệu

1.4. Quản trị thương hiệu

1.4.1. Thuận lợi và thách thức trong quản trị thương hiệu

1.4.2. Qui trình quản trị thương hiệu

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 2: Đặc tính thương hiệu, định vị thương hiệu và giá trị thương hiệu

2.1 Đặc tính thương hiệu

2.1.1 Khái niệm đặc tính thương hiệu

2.1.2 Bốn khía cạnh tạo nên đặc tính thương hiệu

2.1.3 Đặc tính thương hiệu và hình ảnh thương hiệu

2.2 Định vị thương hiệu

2.2.1 Khái niệm định vị thương hiệu

2.2.2 Tiến trình định vị thương hiệu

2.2.3 Các chiến lược định vị căn bản

2.2.4 Tái định vị thương hiệu

2.2.5 Những sai lầm tiềm ẩn trong định vị thương hiệu

2.3 Giá trị thương hiệu

2.3.1 Khái niệm giá trị thương hiệu

2.3.2 Nhận biết thương hiệu

2.3.3 Chất lượng được cảm nhận

2.3.4 Sự trung thành của khách hàng

2.3.5 Các liên tưởng thương hiệu

2.3.6 Những khó khăn trong việc tạo dựng giá trị thương hiệu

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 3: Thiết kế thương hiệu & Bảo vệ thương hiệu

3.1 Những tiêu chí lựa chọn thành tố thương hiệu

3.1.1 Dễ nhớ

3.1.2 Có ý nghĩa

3.1.3 Dễ chuyển đổi

3.1.4 Dễ thích nghi

3.1.5 Dễ bảo hộ

3.2 Lựa chọn các yếu tố thương hiệu

3.2.1 Tên thương hiệu

3.2.2 Logo và biểu tượng

3.2.3 Tính cách thương hiệu

3.2.4 Câu khẩu hiệu

3.2.5 Đoạn nhạc

3.2.6 Bao bì sản phẩm

3.3 Bảo vệ thương hiệu

3.3.1 Sự cần thiết phải bảo vệ thương hiệu

3.3.2 Xác lập quyền sở hữu với các đối tượng sở hữu trí tuệ

3.3.2.1 Nhãn hiệu hàng hoá

3.3.2.2 Kiểu dáng công nghiệp

3.3.2.3 Tên gọi xuất xứ hàng hoá

3.3.2.4 Chỉ dẫn địa lý

3.3.2.5 Tên thương mại

3.3.2.6 Sáng chế và giải pháp hữu ích

3.3.3 Tạo các rào cản chống xâm phạm thương hiệu

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 4: Chiến lược Marketing nhằm tạo dựng giá trị thương hiệu

4.1 Chiến lược sản phẩm

4.2 Chiến lược giá

4.3 Chiến lược phân phối

4.4 Chiến lược truyền thông Marketing

4.4.1 Các hình thức quảng cáo

4.4.2 Các hoạt động xúc tiến bán

4.4.3 Quan hệ công chúng

4.4.4 Marketing trực tiếp

4.4.5 Bán hàng trực tiếp

4.4.6 Kết hợp các công cụ quảng bá

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 5: Các mô hình thương hiệu & Chiến lược phát triển thương hiệu

5.1. Các mô hình thương hiệu cơ bản

5.1.1 Mô hình thương hiệu gia đình

5.1.2 Mô hình thương hiệu cá biệt

5.1.3 Mô hình đa thương hiệu

5.2 Các quyết định về chiến lược thương hiệu

5.2.1 Mở rộng dòng sản phẩm

5.2.2 Mở rộng thương hiệu

5.2.3 Sử dụng nhiều thương hiệu

5.2.4 Các thương hiệu mới

5.3 Duy trì, thay thế và đổi mới thương hiệu

5.3.1 Tái tạo sức sống cho thương hiệu

5.3.2 Các lựa chọn để kết thúc thương hiệu

5.3.3 Đầu tư cho thương hiệu

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 6: Tạo dựng hình ảnh doanh nghiệp

6.1 Mối liên hệ giữa thương hiệu sản phẩm và tên công ty

6.2 Các yếu tố quyết định đến hình ảnh doanh nghiệp

6.3 Các liên tưởng của người tiêu dùng đối với hình ảnh công ty

6.3.1 Các lợi ích và thuộc tính chung của sản phẩm

6.3.2 Đội ngũ nhân viên và quan hệ với khách hàng

6.3.3 Các giá trị từ các chương trình hỗ trợ và tài trợ cộng đồng

6.3.4 Sự tín nhiệm của doanh nghiệp

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 7: Định giá thương hiệu & Khai thác thương hiệu bằng hình thức nhượng quyền thương mại

7.1 Định giá thương hiệu

7.1.1 Sự cần thiết của việc định giá thương hiệu

7.1.2 Các phương pháp định giá tài sản thương hiệu

7.2 Khai thác thương hiệu bằng hình thức nhượng quyền thương mại (Franchising)

7.2.1 Nhượng quyền thương mại là gì

7.2.2 Tại sao nên bán franchise

7.2.3 Tại sao nên mua franchise

7.2.4 Một số phương thức bán franchise phổ biến

7.2.5 Franchise trên thế giới và tại Việt Nam

Bài tập thảo luận nhóm

Chương 8: Thương hiệu thâm nhập thị trường quốc tế

8.1 Sự cần thiết phải xâm nhập thị trường quốc tế

8.2 Quyết định thị trường cần xâm nhập

8.3 Quyết định các chương trình Marketing

8.4 Thương hiệu quốc gia đến thương hiệu quốc tế

8.5 Thương hiệu toàn cầu và những điều kiện thuận lợi cho thương hiệu toàn cầu

1. Tên học phần : HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG

2. Mã học phần : 3107083031

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4 Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

9. **Điều kiện tiên quyết:** Không.

10. Mục tiêu của học phần:

- Hiểu biết sâu sắc và khoa học về hành vi NTD nhằm trở thành một nhà quản trị marketing hiệu quả, hay nói cách khác là giúp cho những nhà quản trị có được những quyết định Marketing tốt hơn.
- Nâng cao sự hiểu biết chung về một khía cạnh chủ yếu của hành vi con người.
- Những nhân tố tác động đến quá trình ra quyết định mua sắm của NTD.
- Những ảnh hưởng của hành vi NTD đối với chiến lược marketing.
- Mô hình hoạt động của hành vi NTD

11. Mô **tả vắn tắt nội dung học phần :**

Hành vi người tiêu dùng (HVNTD) là một lĩnh vực nghiên cứu có nguồn gốc từ các khoa học như tâm lý học, xã hội học, tâm lý xã hội học, nhân văn học và kinh tế học. Hành vi NTD chú trọng đến việc nghiên cứu tâm lý cá nhân, nghiên cứu những niềm tin cốt yếu, những giá trị, những phong tục, tập quán ảnh hưởng đến hành vi con người và những ảnh hưởng lẫn nhau giữa các cá nhân trong quá trình mua sắm tiêu dùng. Đặc biệt, việc nghiên cứu HVNTD là một phần quan trọng trong nghiên cứu kinh tế học với mục đích tìm hiểu xem bằng cách nào (how) và tại sao (why) những NTD mua (hoặc không mua) các sản phẩm và dịch vụ, và quá trình mua sắm của NTD diễn ra như thế nào.

Một sự hiểu biết về HVNTD cung cấp nền tảng cho những chiến lược marketing, như việc định vị sản phẩm, phân khúc thị trường, phát triển sản phẩm mới, những áp dụng thị trường mới, marketing toàn cầu, những quyết định marketing mix, và những hoạt động marketing và sự điều chỉnh bởi những tổ chức phi lợi nhuận và các cơ quan chính phủ. Mỗi hoạt động marketing chủ yếu này sẽ hiệu quả hơn khi được đặt trên cơ sở 1 sự hiểu biết về HVNTD.

12. Nhiệm vụ của sinh viên:

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

13. Tài liệu học tập :

Sách, giáo trình chính:

- [1] TS. Nguyễn Xuân Lãn, TS. Phạm Thị Lan Hương. TS. Đường Thị Liên Hà; , Giáo trình Hành vi người tiêu dùng. Nhà xuất bản Tài chính, 2010.
- [2] PGS.TS VŨ HUY THÔNG**,** Giáo trình Hành vi người tiêu dùng. Nhà xuất bản Kinh Tế Quốc dân, 2014.

Tài liệu tham khảo:

- [1] TS.Nguyễn Minh Tuấn, Giáo trình Marketing Căn bản, Khoa Kinh tế, Trường ĐHCN TP.HCM, 2004
- [2] - Marketing management, Philip Kotler, Prantice Hall International, 1997
- [3] - Schifffman and Kanuk, Consumer Behavior, Prentice Hall International, 1997
- [4] - Solomon, Consumer Behavior, Prentice Hall International, 1997
- [5] - Neal, Quester and Hawkin, Consumer Behavior, Prentice Hall International, 2003
- [6] - Solomon , Michael R (2012)., *Consumer Behavior* 10e., Prentice Hall.
- [7] -. Hawkins, Del I & Mothersbaugh, David L. (2013), *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*12e., McGraw-Hill Education.

14. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

15. **Thang điểm :** Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết môn học:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ CHIẾN LƯỢC	5	5		10	
2	HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRƯỚC KHI MUA SẮM	5	5		10	
3	HÀNH VI NTD KHI MUA SẮM	5	5		10	
4	HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG SAU KHI MUA SẮM	5	5		10	
5	NHẬN THỨC, HỌC TẬP VÀ GHI NHỚ CỦA NGƯỜI TIÊU	5	5		10	
6	ĐỘNG CƠ, CÁ TÍNH VÀ CẢM XÚC	5	5		10	
7	THÁI ĐỘ VÁ SỰ THAY ĐỔI THÁI ĐỘ	5	5		10	
8	ẢNH HƯỞNG NHÓM VÀ HỘ GIA ĐÌNH TỚI HÀNH VI CỦA	5	5		10	
9	VĂN HÓA - TRUYỀN THÔNG TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI	5	5		10	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

PHẦN I: TỔNG QUAN VỀ HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG (NTD)

CHƯƠNG 1: HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETING

I . HÀNH VI NTD LÀ GÌ?

II. Tại sao phải nghiên cứu HVNTD?

1. Sự thay đổi của các quan điểm Marketing
2. Tầm quan trọng của nghiên cứu hành vi NTD.

III. PHÂN BIỆT VÀ XÁC ĐỊNH VAI TRÒ CỦA NTD.

1. Phân loại người tiêu dùng.
2. Các vai trò của người tiêu dùng.

IV. NGHIÊN CỨU HVNTD.

1. Nội dung nghiên cứu.
2. Những phản ứng của NTD.
3. Những yếu tố ảnh hưởng đến HVNTD.
4. Những phương thức tiếp thị của doanh nghiệp.
5. Phương pháp nghiên cứu.
6. Phạm vi nghiên cứu.

V. HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETING.

VI. BẢNG ĐÁNH GIÁ HVNTD.

PHẦN II: QUÁ TRÌNH RA QUYẾT ĐỊNH MUA SẮM CỦA NTD

CHƯƠNG 2: HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRƯỚC KHI MUA SẮM

I. NHẬN BIẾT NHU CẦU

1. Bản chất của sự nhận biết nhu cầu.
2. Các nhân tố tác đến trạng thái mong muốn.
3. Các nhân tố tác động động đến trạng thái thực sư.
4. Chiến lược marketing và sự nhận biết nhu cầu.

II. TÌM KIẾM THÔNG TIN

1. Các loại quyết định của NTD.
2. Bản chất của việc tìm kiếm thông tin.
3. Các loại thông tin được tìm kiếm.
4. Các nguồn thông tin được tìm kiếm.
5. Các nhân tố tác động đến việc tìm kiếm thông tin bên ngoài.
6. Các chiến lược marketing dựa trên các kiểu mẫu tìm kiếm thông tin của NTD

CHƯƠNG 3: HÀNH VI NTD KHI MUA SẮM ĐÁNH GIÁ VÀ LỰA CHỌN GIẢI PHÁP

1. Các tiêu chuẩn đánh giá (Evaluative criteria).

1.1. Bản chất của các tiêu chuẩn đánh giá.
1.2. Sự đo lường các tiêu chuẩn đánh giá.
(Measurement of evaluative criteria).
1.3. Sự xét đoán của cá nhân và các tiêu chuẩn đánh giá.
(Individual judgment and evaluative criteria)
1.4. Sự chính xác của những xét đoán cá nhân.
(Accuracy of individual judgments)
1.5. Sử dụng những thuộc tính chỉ dẫn.
(Use of surrogate indicators)

3. Các tiêu chuẩn đánh giá, những xét đoán cá nhân và chiến lược marketing.

3. Các quy tắc quyết định (Decision rules).

3.1. Quy tắc quyết định liên kết (Conjunctive decision rule).

3.2. Quy tắc quyết định tách rời (Disjunctive decision rule).
3.3. Quy tắc quyết định loại trừ (Elimination-by-aspects decision rule).
3.4. Quy tắc quyết định theo sự lựa chọn ưu tiên (Lexicographic decision rule).
3.5. Những quy tắc quyết định nào thường được NTD sử dụng?
3.6. Những sự lựa chọn theo cảm tính (Affective choices).
3.7. Những ứng dụng marketing của các quy tắc quyết định.
(Marketing applications of decision rules)

II. NHỮNG TC ĐỘNG TÌNH HUỐNG:

1. Phân loại tình huống (Types of situations)
1.1. Tình huống tiếp nhận thông tin (Communication situation)
1.2. Tình huống mua sắm (Purchase situation)
1.3. Tình huống sử dụng (Usage situation)
1.4. Tình huống xử lý thải bỏ sản phẩm (Disposal situation)
2. Bản chất của tác động tình huống (The nature of situational influences)
3. Xếp loại tình huống theo hướng tác động (Situation classification)
3.1. Môi trường vật chất xung quanh (Physical surroundings)
3.2. Môi trường xã hội xung quanh (Social surroundings)
3.3. Bối cảnh thời gian (Temporal perspectives)
3.4. Xác định nhiệm vụ mua sắm (Task definition)
3.5. Trạng thái trước khi mua sắm (Antecedent states)
4. Những tác động tình huống và chiến lược marketing.

CHƯƠNG 4 : HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG SAU KHI MUA SẮM

I.TÂM LÝ NTD SAU KHI MUA SẮM (POSTPURCHASE DISSONANCE).

II. SỬ DỤNG VÀ KHÔNG SỬ DỤNG SẢN PHẨM (PRODUCT USE AND NON-USE).

1. Việc sử dụng sản phẩm (Product use).
1.1. Hành vi sử dụng có tính chất khu vực (Regional use behavior).
1.2. Đa sử dụng, đa sản phẩm (Multiple uses, multiple products).
2. Đóng gói sản phẩm (Packaging).
3. Những sản phẩm có khiếm khuyết (Defective products).

III. VẤN ĐỀ XỬ LÝ THẢI BỎ SẢN PHẨM/BAO BÌ (DISPOSAL).

IV. VẤN ĐỀ XỬ LÝ THẢI BỎ VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETING.

V. ĐÁNH GIÁ VIỆC MUA SẮM (PURCHASE EVALUATION).
1. Quá trình đánh giá (The evaluation process).
2. Các khía cạnh của sự thỏa mãn sản phẩm (Dimensions of performance).
3. Các phản ứng không hài lòng của khách hàng (Dissatisfaction responses).
4. Chiến lược marketing và những khách hàng không hài lòng.
(Marketing strategy and dissatisfied consumers)

VI. SỰ HÀI LÒNG CỦA KH, HÀNH VI MUA SẮM LẶP LẠI VÀ SỰ TRUNG THÀNH CỦA NTD.

(Customer satisfaction, repeat purchase behavior and consumer loyalty)

1. Bản chất của hành vi mua sắm lặp lại.
2. Hành vi mua sắm lặp lại, lòng trung thành và chiến lược marketing.
3. Marketing quan hệ (Relationship marketing).

PHẦN 3: NHỮNG NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG BÊN TRONG

CHƯƠNG 5: NHẬN THỨC, HỌC TẬP VÀ GHI NHỚ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

NHẬN THỨC

1/ Khái niệm và bản chất của nhận thức

2/Tiếp nhận

3/ Ch

- 3.1/ Tác nhân kích thích
- 3.2/ Nhân tố cá nhân
- 3.3/ Nhân tố tình huống
- 3.4/ Lướt qua (non-focused attention)

4/Diễn giải

- 4.1/ Đặc tính cá nhân
- 4.2/ Đặc điểm tình huống
- 4.3/ Đặc điểm của các tác nhân kích thích
- 4.4/ Các thông điệp marketing thiếu sự diễn giải
- 4.5/ Tiến trình xử lý thông tin của trẻ em

5. Nhận thức và chiến lược marketing

- 5.1/ Chiến lược bán lẻ
- 5.2/ Phát triển tán nhãn hiệu và logo
- 5.3/ Chiến lược truyền thông
- 5.4/ Quảng cáo và thiết kế đóng gói
- 5.5/ Nhận thông báo và thiết kế đóng gói
- 5.6/ Đánh giá hiệu quả quảng cáo

6. Nhận thức các thông điệp marketing và vấn đề đạo đức

HỌC TẬP

Bản chất của học tập

Học tập dưới điều kiện của sự tác động cao và thấp

2.1 Điều kiện

2.2 Học tập tri thức

Đặc điểm chung của học tập

3.1 Điểm mạnh của học tập

3.2 Không tiếp thu

3.3 Tác nhân kích thích tổng hợp
3.4 Tác nhân kích thích phân biệt
Môi trường phản ứng
Kết quả quá trình học tập của khách hàng
GHI NHỚ
Ghi nhớ ngắn hạn
Ghi nhớ dài hạn
HÌNH ẢNH NHÃN HIỆU VÀ ĐỊNH VỊ SẢN PHẨM
Hình ảnh nhãn hiệu
Định vị sản phẩm
Tái định vị sản phẩm
Đo lường nhãn hiệu

CHƯƠNG 6: ĐỘNG CƠ, CÁ TÍNH VÀ CẢM XÚC
ĐỘNG CƠ
Bản chất của động cơ
Lý thuyết về động cơ
Lý thuyết động cơ và chiến lược marketing
3.1 Khám phá động cơ mua hàng
3.2 Chiến lược marketing dựa trên động cơ phức tạp
3.3 Chiến lược marketing dựa trên sự xung đột động cơ
CÁ TÍNH
Lý thuyết cá tính cá nhân
Lý thuyết học tập xã hội
Sự tiếp cận phối hợp
Sử dụng nghiên cứu cá tính vào chương trình tiếp thị
CẢM XÚC
1. Phân loại cảm xúc
2. Cảm xúc và chiến lược marketing
2.1 Khơi dậy cảm xúc như là lợi ích sản phẩm
2.2 Sự giảm đi của cảm xúc như là lợi ích sản phẩm
2.3 Cảm xúc trong quảng cáo

CHƯƠNG 7: THÁI ĐỘ VÁ SỰ THAY ĐỔI THÁI ĐỘ
I. THÁI ĐỘ
II. CÁC YẾU TỐ CẤU THÀNH NÊN THÁI ĐỘ
Hành vi
Cảm xúc
Nhận thức
III. THÁI ĐỘ - CÁC CHIẾN LƯỢC THAY ĐỔI THÁI ĐỘ
Thay đổi hành vi

Thay đổi cảm xúc

Thay đổi nhận thức

IV. TÁC ĐỘNG CỦA YẾU TỐ CÁ NHÂN VÀ ĐẶC ĐIỂM TÌNH HUỐNG ĐỐI VỚI SỰ THAY ĐỔI THÁI ĐỘ

V. CÁC ĐẶC TÍNH CỦA THÔNG TIN TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÌNH THÀNH VÀ THAY ĐỔI THÁI ĐỘ CỦA NTD

VI. CHIẾN LƯỢC PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỰA TRÊN THÁI ĐỘ CỦA NTD

1. Chiến lược phân khúc thị trường

2. Chiến lược phát triển sản phẩm

PHẦN 4: NHỮNG NHN TỐ BN NGỒI TC ĐỘNG ĐẾN HNH VI CỦA NTD

CHƯƠNG 8: ẢNH HƯỞNG NHÓM VÀ HỘ GIA ĐÌNH TỚI HÀNH VI CỦA NTD

I. PHÂN LOẠI NHÓM

II. NHÓM THAM CHIẾU ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUÁ TRÌNH TIÊU DÙNG

1. Bản chất của ảnh hưởng nhóm tham chiếu

2. Các yếu tố quyết định của từng loại ảnh hưởng nhóm

3. Mức độ ảnh hưởng của nhóm tham chiếu

III. CHIẾN LƯỢC MARKETING DỰA VÀO ẢNH HƯỞNG NHÓM THAM CHIẾU

IV. BẢN CHẤT HỘ GIA ĐÌNH

Các kiểu hộ gia đình

2. Sự thay đổi trong cấu trúc hộ gia đình

3. Vì sao có sự thay đổi cấu trúc hộ gia đình và gia đình?

V. HÌNH THỨC RA QUYẾT ĐỊNH TRONG GIA ĐÌNH

1. Các yếu tố quyết định mua sắm của hộ gia đình

Các quyết định thuộc chồng hoặc vợ

Các quyết định bị ảnh hưởng bởi con cái

2. Vai trò của các thành viên trong việc ra các quyết định tiêu dùng.

3. Sự xung đột và cách giải quyết xung đột trong các quyết định của gia đình

Kết luận về việc ra quyết định trong gia đình

CHƯƠNG 9: VĂN HÓA - TRUYỀN THÔNG TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI NTD

I. NỘI DUNG CỦA MẪU TIN VÀ CÁC QUYẾT ĐỊNH CỦA KHÁN GIẢ

1. Nội dung mẫu tin

2. Sự lựa chọn của khán giả

3. Các tác động của truyền thông

Mô hình phân loại các tác động
Mô hình hoà nhập giữa thông tin - phản hồi
II. NGUỒN CUNG CẤP THÔNG TIN
1. Độ tin cậy của nguồn cung cấp thông tin
2. Sự hấp dẫn của nguồn cung cấp thông tin
3. Sức mạnh của nguồn cung cấp thông tin
III. HÌNH THỨC CỦA MẪU TIN
1. Ngữ điệu của mẫu tin
2. Nội dung mẫu tin
3. Tính hiện thực của mẫu tin
IV. PHƯƠNG TIỆN THÔNG TIN
1. Chọn từng loại phương tiện thông tin
2. Chọn từng chương trình trong chương trình truyền thông
3. Lựa chọn phương tiện truyền mẫu tin
4. Lưa chọn tần suất truyền tải thông tin
Lựa chọn kích cở và độ dài của quảng cáo
V. VĂN HÓA
Văn hóa
Nhánh văn hóa
Tầng lớp xã hội

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ HÀNH CHÍNH VĂN PHÒNG

2. Mã học phần : 3107082017

3. Số tín chỉ : (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 3

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết.
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết.

6. Điều kiện tiên quyết: không.

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng có kiến thức làm các công việc soạn thảo được các văn bản thông thường phục vụ cho công việc kinh doanh của DN.

Thông hiểu và năm một số kỹ năng trong công việc quản lý của một người thư ký, một nhà quản trị phụ trách công việc văn phòng

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần soạn thảo văn bản cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản nhất về các loại văn bản như: văn bản quản lý, văn bản qui phạm pháp luật; đồng thời giúp sinh viên soạn thảo một số các loại văn bản thông thường như: thông báo, báo cáo, hợp đồng lao động hợp đồng dân sự thông dụng, biên bản… Ngoài ra, học phần còn trang bị một số kiến thức có nội dung phục vụ công tác quản lý văn phòng và hướng dẫn thực hành một số kỹ năng

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

Sách, giáo trình chính:

- [1] Nguyễn Hữu Thân, Quản trị hành chính văn phòng, Nhà xuất bản Lao Động - Xã Hội, 2012.

Tài liệu tham khảo:

- [2] Th.s Lê Văn In - Mẫu soạn thảo văn bản dùng cho các cơ quan chính quyền địa phương đơn vị hành chính sự nghiệp –NXB Chính Trị Quốc Gia, 2005
- [3] Th.s Lê Văn In - Soạn thảo văn bản của các tổ chức Đảng, Mặt trận, Công Đoàn, Thanh niên, Phụ nữ, Cấp cơ sơ và trên cơ sở - NXB Chính Trị Quốc Gia, 2005
- [4] GS TS Nguyễn Thành Độ, Giáo trình Quản trị văn phòng, NXB Lao Động Xã hội 2005.
- [5] Quible, Zane K. (2004), *Administrative Office Management: An Introduction*, 8e, Pearson Education.
- [6] Odgers, Pattie. (2005), *Administrative Office Management*, 13e, South-Western.

11.Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12.Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Quản trị hành chính văn phòng	15	15		30	
2	Văn bản quản lý và điều hành	1	1		2	
3	Thể thức văn bản hành chính	2	2		4	
4	Qui chế pháp lý về chữ ký và con dấu. nguyên tắc, thủ tục ban hành văn bản	7	7		14	
5	Kết cấu cơ bản của các loại văn bản hành chính	7	7		14	

6	Thực hành soạn thảo văn bản	13	13		26	
Tổng		45	45		90	

CHƯƠNG 1 : VĂN BẢN QUẢN LÍ VÀ ĐIỀU HÀNH

1.1 Khái quát chung về văn bản quản lý và điều hành

1.1.1 Khái niệm văn bản

1.1.2 Văn bản quản lí

1.1.3 Văn bản quy phạm pháp luật

1.2 Văn bản của các cơ quan quyền lực nhà nước

1.2.1 Văn bản của Quốc hội

1.2.2 Văn bản của Ủy ban thường vụ Quốc hội

1.2.3 Văn bản của Chủ tịch nước

1.3 Văn bản của các cơ quan quản lý hành chính nhà nước

1.3.1 Văn bản của chính phủ

1.3.2 Văn bản của Thủ tướng chính phủ

1.3.3 Văn bản của Bộ trưởng thủ trưởng cơ quan ngang bộ, thủ trưởng cơ quan thuộc chính phủ

1.3.4 Văn bản của Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân các cấp

1.4 Văn bản của toà án nhân dân tối cao

1.5 Văn bản của viện trưởng viện kiểm sát nhân dân tối cao .

1.6 Văn bản pháp quy phụ.

1.7 Văn bản hành chính thông thường.

1.7.1 Công văn

1.7.2 Các loại văn bản thuộc loại trình báo (báo cáo, thông báo, tờ trình, đề án)

1.7.3 Đơn từ

1.7.4 Văn bản hợp đồng

1.7.5 Các loại văn bản hành chính khác (giấy giới thiệu, giấy đi đường…)

CHƯƠNG 2 : THỂ THỨC VĂN BẢN HÀNH CHÍNH

2.1 Quốc hiệu ,tiêu ngữ

2.2 Tên cơ quan ban hành văn bản

2.3 Số và kí hiệu văn bản

2.4 Địa danh , ngày tháng năm ban hành văn bản

2.5 Trích yếu nội dung văn bản

2.6 Tên loại văn bản
2.7 Nội dung văn bản
2.8 Chữ kí và con dấu
2.9 Nơi nhận
CHƯƠNG 3 : QUY CHẾ PHÁP LÍ VỀ CHƯ KÍ ,CON DẤU VÀ NGUYÊN TẮC, THỦ TỤC BAN HÀNH VĂN BẢN
3.1 Qui chế pháp lí về chữ kí
3.1.1 Quy chế pháp lí chung
3.1.2 Hình thức kí
31.3 Thủ tục kí
3.2 Con dấu
3.2.1 Quy chế pháp lí chung về việc quản lí và sử dụng con dấu
3.2.2 Hình thức con dấu
3.3 Nguyên tắc ra văn bản
3.4 Thủ tục ban hành ra văn bản

CHƯƠNG 4 : KẾT CẤU CƠ BẢN CỦA CÁC LOẠI VĂN BẢN HÀNH CHÍNH
4.1 Công văn
4.1.1 Khái niệm chung về công văn
4.1.2 Các loại công văn
4.1.3 Yêu cầu khi viết một công văn
4.1.4 Kết cấu chung của một công văn
4.1.5 Công văn mời họp
4.1.6 Công văn đề nghị ,chất vấn ,yêu cầu
4.1.7 Công văn trả lời
4.1.8 Công văn chỉ đạo
4.1.9 Công văn hướng dẫn
4.1.10 Công văn đôn đốc
4.2 Các loại công văn thuộc loại trình báo
4.2.1 Đề án
4.2.2 Tờ trình
4.2.3 Báo cáo
4.2.4 Thông báo

4.3 Biên bản

4.3.1 Khái niệm chung

4.3.2 Yêu cầu ghi biên bản và các loại biên bản

4.3.3 Kết cấu của biên bản hội nghị, cuộc họp

4.4 Nghị quyết

4.4.1 Khái niệm

4.4.2 Kết cấu của nghị quyết

4.5 Quyết định

4.6 Chỉ thị

CHƯƠNG 5 : THỰC HÀNH SOẠN THẢO MỘT SỐ VĂN BẢN – HỢP ĐỒNG KINH TẾ

5.1 Soạn thảo công văn mời họp

5.2 Soạn thảo công văn đề nghị, chất vấn, yêu cầu

5.3 Soạn thảo công văn trả văn

5.4 Soạn thảo công văn chỉ đạo

5.5 Soạn thảo công văn hướng dẫn

5.6 Soạn thảo công văn đôn đốc

5.7 Soạn thảo đơn từ

5.8 Soạn thảo một số loại hợp đồng thông dụng

5.9 Soạn thảo thông báo

5.10 Soạn thảo báo cáo

5.11 Soạn thảo tờ trình

5.12 Soạn thảo đề án

5.13 Soạn thảo biên bản

5.14 Soạn thảo nghị quyết

5.15 Soạn thảo chỉ thị

5.16 Soạn thảo hợp đồng kinh tế.

1. Tên học phần : BÁO CÁO THUẾ

2. Mã học phần : 3107082012

3. Số tín chỉ : 3 (2,2,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 30 tiết
- Thực tập trên phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 30 tiết
- Tự học : 90 tiết.

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về thuế và kỹ năng tính toán số tiền thuế phải nộp ngân sách của từng sắc thuế liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp theo chế độ hiện hành; làm cơ sở để học tập các học phần nghiệp vụ của ngành và vận dụng chúng vào thực tế công tác chuyên môn.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Học phần này gồm những vấn đề cơ bản về thuế và những chính sách thuế của nhà nước liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nội dung cơ bản của Học phần là nghiên cứu các sắc thuế hiện hành, làm rõ đặc điểm của từng loại thuế, phương pháp tính toán và các thủ tục cần thiết kê khai nộp thuế đối với nhà nước.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính

[1]TS Lê Quang Cường, TS Nguyễn Kim Quyên, *Giáo Trình Thuế 1*, Nhà xuất bản Kinh Tế, 2013.

- Tài liệu tham khảo

[1] Các văn bản quy phạm pháp luật về thuế.
[2] Các tạp chí, tài liệu đăng trên các phương tiện thông tin đại chúng.
[3]. Nguyễn Viết Hùng, Biểu thuế 2015, Nhà xuất bản Tổng hợp, 2015.
[4] PGS.TS. Nguyễn Ngọc Hùng, *Giáo Trình Quản Lý Thuế*, Nhà xuất bản Kinh Tế, 2012.
[5]TS Lê Quang Cường, *Kỹ Thuật Khai Báo Thuế*, Nhà xuất bản Lao Động, 2010.

- Khác

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bổ thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Những vấn đề chung về thuế	3	3	5	6	
2	Thuế xuất nhập khẩu	6	4	5	12	
3	Thuế tiêu thụ đặc biệt	6	4	5	12	
4	Thuế giá trị gia tăng	11	5	5	22	
5	Thuế thu nhập doanh nghiệp	11	5	5	22	
6	Thuế thu nhập cá nhân	8	6	5	16	
	TỔNG CỘNG	**45**	**30**	**30**	**90**	

CHƯƠNG 1 : NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ THUẾ

1.1 Khái niệm, vai trò của thuế

1.1.1 Sự ra đời và phát triển của thuế

1.1.2 Khái niệm

1.1.3 Vai trò

1.2 Các yếu tố cấu thành một sắc thuế

1.2.1 Tên gọi

1.2.2 Đối tượng nộp thuế

1.2.3 Đối tượng tính thuế

1.2.4 Thuế suất

1.2.5 Qui trình khai báo và thủ tục thu nộp thuế

1.3 Phân loại thuế

1.3.1 Căn cứ vào phương thức đánh thuế

1.3.2 Căn cứ vào đối tượng đánh thuế

1.3.3 Căn cứ theo chế độ phân cấp và điều hành ngân sách

1.3.4 Căn cứ theo phương thức sử dụng

1.4 Các tiêu thức xây dựng hệ thống thuế, chính sách thuế

1.4.1 Tính hiệu quả

1.4.2 Tính công bằng

1.4.3 Tính ổn định

1.4.4 Tính thuận lợi

1.5 Tác động của chính sách thuế đến các hoạt động kinh tế

1.5.1 Tác động lên giá cả hàng hóa, dịch vụ

1.5.2 Tác động vào tiền lương

1.5.3 Tác động vào thu nhập cá nhân

1.5.4 Tác động vào thương mại quốc tế

1.5.5 Tác động đến hoạt động kinh tế

CHƯƠNG 2: THUẾ XUẤT NHẬP KHẨU

2.1 Khái niệm, mục đích

2.1.1 Khái niệm

2.1.2 Mục đích

2.2 Đối tượng chịu thuế, đối tượng nộp thuế

2.2.1 Đối tượng chịu thuế

2.2.2 Đối tượng nộp thuế

2.3 Căn cứ tính thuế và phương pháp tính thuế

2.3.1 Đối với hàng hóa áp dụng thuế suất theo tỉ lệ phần trăm

2.3.2 Đối với hàng hóa áp dụng thuế tuyệt đối

2.4 Kê khai thuế, thời điểm tính thuế, thời hạn nộp thuế

2.4.1 Kê khai thuế

2.4.2 Thời điểm tính thuế

2.4.3 Thời hạn nộp thuế

2.5 Miễn thuế, xét miễn thuế, giảm thuế, hoàn thuế xuất nhập khẩu

2.5.1 Miễn thuế

2.5.2 Xét miễn thuế

2.5.3 Xét giảm thuế

2.5.4 Hoàn thuế

2.6 Xử lí vi phạm

2.6.1 Xử lí vi phạm về thuế đối với đối tượng nộp thuế

2.6.2 Xử lí vi phạm đối với công chức hải quan hoặc cá nhân khác có liên quan

CHƯƠNG 3: THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT

3.1 Khái niệm, mục đích

3.1.1 Khái niệm

3.1.2 Mục đích

3.2 Đối tượng chịu thuế, đối tượng nộp thuế

3.2.1 Đối tượng chịu thuế

3.2.2 Đối tượng nộp thuế

3.3 Căn cứ tính thuế và phương pháp tính thuế

3.3.1 Giá tính thuế

3.3.2 Thuế suất

3.4 Đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế, quyết toán thuế, giảm miễn thuế, hoàn thuế

3.4.1 Đăng ký thuế

3.4.2 Kê khai thuế

3.4.3 Nộp thuế

3.4.4 Quyết toán thuế

3.4.5 Giảm thuế, miễn thuế

3.4.6 Hoàn thuế

3.5 Xử lí vi phạm

3.5.1 Đối với đối tượng nộp thuế

3.5.2 Đối với cán bộ thuế và cá nhân khác

CHƯƠNG 4 : THUẾ GIÁ TRỊ GIA TĂNG

4.1 Khái niệm, mục đích

4.1.1 Khái niệm

4.1.2 Mục đích

4.2 Đối tượng chịu thuế, đối tượng nộp thuế

4.2.1 Đối tượng chịu thuế

4.2.2 Đối tượng nộp thuế

4.3 Căn cứ tính thuế và phương pháp tính thuế

4.3.1 Căn cứ tính thuế

4.3.2 Phương pháp tính thuế

3.4 Hóa đơn, chứng từ mua bán hàng hóa, dịch

3.5 Đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế, quyết toán thuế

3.5.1 Đăng ký nộp thuế

3.5.2 Kê khai thuế

3.5.3 Nộp thuế

3.5.4 Quyết toán thuế

4.6 Hoàn thuế

4.6.1 Đối tượng và trường hợp được hoàn thuế

4.6.2 Hồ sơ hoàn thuế

4.6.3 Thẩm quyền và trình tự giải quyết hoàn thuế

4.7 Xử lí vi phạm

4.7.1 Vi phạm về thuế

4.7.2 Thẩm quyền xử lí vi phạm về thuế

CHƯƠNG 5: THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP

5.1 Khái niệm, mục đích

5.1.1 Khái niệm

5.1.2 Mục đích

5.2 Đối tượng nộp thuế

5.3 Căn cứ tính thuế và phương pháp tính thuế

5.3.1 Thu nhập chịu thuế trong kỳ

5.3.2 Thuế suất

5.4 Xác định thu nhập chịu thuế và thuế thu nhập từ chuyển quyền sử dụng đất, chuyển quyền thuê đất

5.4.1 Đối tượng chịu thuế thu nhập từ chuyển quyền sử dụng đất, chuyển quyền thuê đất

5.4.2 Đối tượng nộp thuế thu nhập từ chuyển quyền sử dụng đất, chuyển quyền thuê đất

5.4.3 Căn cứ và phương pháp tính thuế

5.4.4 Thủ tục kê khai, nộp thuế thu nhập từ chuyển quyền sử dụng đất, chuyển quyền thuê đất

5.5. Đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế, quyết toán thuế

5.5.1 Đăng ký thuế

5.5.2 Kê khai thuế

5.5.3 Nộp thuế

5.5.4 Quyết toán thuế

5.6 Miễn, giảm thuế

5.6.1 Điều kiện ưu đãi thuế

5.6.2 Thuế suất ưu đãi và thời hạn áp dụng thuế suất ưu đãi

5.6.3 Mức và thời gian miễn thuế, giảm thuế

5.7 Xử lí vi phạm

CHƯƠNG 6: THUẾ THU NHẬP CÁ NHÂN

6.1 Khái niệm, mục đích

6.1.1 Khái niệm

6.1.2 Mục đích

6.2 Đối tượng nộp thuế

6.3 Căn cứ và phương pháp tính thuế

6.3.1 Thu nhập chịu thuế

6.3.2 Thuế suất

6.4 Đăng ký, kê khai, nộp thuế, quyết toán thuế, thoái trả thuế

6.4.1 Đăng ký thuế

6.4.2 Kê khai thuế

6.4.3 Nộp thuế

6.4.4 Quyết toán thuế

6.4.5 Thoái trả thuế

6.5 Trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân trong việc thu nộp thuế

6.5.1 Trách nhiệm của các cá nhân có thu nhập chịu thuế

6.5.2 Trách nhiệm của cơ quan chi trả thu nhập, tổ chức đón tiếp, quản lý người nước ngoài và các cơ quan quản lý Nhà nước

6.6 Chế độ giảm thuế, miễn thuế

6.6.1 Đối tượng được giảm thuế, miễn thuế

6.6.2 Thủ tục và thẩm quyền xét miễn,giảm thuế

6.7 Xử lí vi phạm, khen thưởng

6.7.1 Xử lí vi phạm

6.7.2 Khen thưởng

6.8 Khiếu nại

1. Tên học phần : THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

2. Mã học phần : 3107082013

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết.
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không.

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về thị trường chứng khoán và chủ yếu là thị trường vốn dài hạn.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần Thị Trường Chứng Khoán bao gồm các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến hoạt động của thị trường vốn, chủ yếu là thị trường tài chính dài hạn. Nội dung cơ bản của Học phần này là nghiên cứu chủ yếu vào thị trường chứng khoán, các kỹ thuật phân tích và đầu tư chứng khoán. Thông qua đó, sinh viên sẽ có kiến thức nắm bắt được tình hình hoạt động của thị trường chứng khoán ở Việt Nam

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

[1] TS Nguyễn Thị Mỹ Dung, Bùi Nguyên Hoàn & ThS Trần Văn Trung ,Giáo trình Thị Trường Chứng khoán, Nxb Giáo dục 2012.

- Tài liệu tham khảo

[1] Thị trường chứng khoán, Tiến sĩ Bùi Thị Kim Yến, Trường Đại Học Kinh tế - NXB thống kê

[2] Excel ứng dụng trong tài chính – Đinh Thế Hiển, Nhà xuất bản Thống kê –

2002.

[3]. PGS.TS.Hoàng Văn Quỳnh, Giáo trình Thị trường Tài chính, Nhà xuất bảnTài chính 2015.

[4]. Robert Fischer, Edward Halibozek & David Walters (2012), Introduction to Security 9e., Butterworth-Heinemann.

[5]. Frederic Mishkin, Stanley Eakins (2015), Financial Markets and Institutions 8e., Pearson Education Ltd.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Tổng quan về thị trường tài chính	1	1		2	
2	Đại cương về thị trường chứng khoán	2	2		4	
3	Công ty cổ phần	3	3		6	
4	Hàng hoá của thị trường chứng khoán	2	2		4	
5	Phân tích và đầu tư chứng khoán	12	12		24	
6	Phát hành chứng khoán công ty	9	9		18	
7	Sở giao dịch chứng khoán	8	8		16	
8	Các thị trường chứng khoán ở nước ngoài	8	8		16	

Tổng	**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1 : TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH

1.1 Thị trường tài chính

1.1.1 Khái niệm:

1.1.2 Các yếu tố cơ bản của thị trường tài chính

1.1.3 Cấu trúc của thị trường tài chính

1.2 Thị trường tiền tệ

1.2.1 Các chủ thể tham gia trên thị trường tiền tệ

1.2.2 Các chức năng của thị trường tiền tệ

CHƯƠNG 2 : ĐẠI CƯƠNG VỀ THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

2.1 Quá trình hình thành và phát triển của thị trường chứng khoán

2.2 Bản chất và cơ cấu của ttck trong nền kinh tế thị trường hiện đại

2.3 Mục tiêu và nguyên nhân khách quan thành lập ttck

2.4 Các điều kiện cần thiết cho sự hình thành ttck

2.5 Vai trò của ttck trong nền kinh tế thị trường.

CHƯƠNG 3 : CÔNG TY CỔ PHẦN

3.1 Các loại hình tổ chức kinh doanh

3.2 Công ty cổ phần

3.2.1 Định nghĩa

3.2.2 Phân loại công ty cổ phần

3.2.3 Tổ chức công ty cổ phần

3.2.4 Ưu nhược điểm của công ty cổ phần

CHƯƠNG 4 : HÀNG HOÁ CỦA THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

4.1 Khái niệm chứng khoán

4.2 Phân loại chứng khoán

4.3 Đặc điểm các loại chứng khoán

4.4 Cơ chế hình thành giá chứng khoán

4.5 Các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến sản phẩm hàng hoá lưu hành trên thị trường chứng khoán.

4.6 Chỉ số chứng khoán

4.7 Các chỉ số chứng khoán ảnh hưởng lớn trên ttck trên thế giới

CHƯƠNG 5 : PHÂN TÍCH VÀ ĐẦU TƯ CHỨNG KHOÁN

5.1 Sự cần thiết và phương pháp phân tích chứng khoán

5.1.1 Sự cần thiết phải phân tích chứng khoán

5.1.2 Phương pháp phân tích chứng khoán

5.2 Nội dung phân tích chứng khoán

5.2.1 Phân tích cơ bản

5.2.2 Phân tích kỹ thuật

5.3 Định giá cổ phiếu

5.4 Định giá trái phiếu

CHƯƠNG 6 : PHÁT HÀNH CHỨNG KHOÁN CÔNG TY

6.1 Cơ cấu vốn của công ty cổ phần

6.2 Quy trình phát hành chứng khoán công ty

6.3 Đăng ký phát hành chứng khoán

6.4 Phát hành chứng khoán công ty

6.5 Vai trò của nh trong việc phát hành chứng khoán

CHƯƠNG 7 : SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN

7.1 Vai trò và tổ chức sở giao dịch chứng khoán

7.2 Những nguyên tắc cơ bản về hoạt động của sgdck

7.3 Phương thức hoạt động của sgdck

7.4 Nghiệp vụ mua bán chứng khoán trả ngay

7.5 Nghiệp vụ mua bán chứng khoán có kỳ hạn

7.6 Thị trường bán tập trung

7.7 Thị trường phi tập trung

CHƯƠNG 8 : CÁC TTCK Ở NƯỚC NGOÀI

8.1 Bắc mỹ

8.2 Vùng viễn đông

8.3 Châu úc

8.4 Nam phi

8.5 Lục địa Châu Au

1. Tên học phần : KỸ NĂNG GIAO TIẾP

2. Mã học phần : 3107081002

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 1

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Nhận diện được các nguyên lý giao tiếp trong cuộc sống và trong công việc, các kênh giao tiếp, đặt câu hỏi – lắng nghe – phản hồi hiệu quả. Đánh giá được các yếu tố tâm lý, văn hóa chi phối đến tiến trình giao tiếp hiệu quả. Áp dụng kỹ năng giao tiếp trong khi làm việc với đồng nghiệp và khách hàng. Ứng dụng kỹ năng thương lượng và giải quyết xung đột trong đời sống và trong công việc. Thực hiện các kỹ năng thuyết trình, báo cáo trong công việc.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Môn học Kỹ năng giao tiếp cung cấp những kiến thức nền tảng về kỹ năng giao tiếp, đặc biệt giao tiếp trong công sở (Communication for Business). Kỹ năng giao tiếp giới thiệu cho sinh viên những vấn đề cơ bản cần lưu ý trong giao tiếp hiệu quả; lý giải những yếu tố chi phối đến quá trình giao tiếp dưới góc nhìn truyền thông học, tâm lý học, xã hội học, văn hóa học. Môn học cũng giới thiệu khía cạnh giao tiếp cụ thể trong doanh nghiệp thông qua việc ứng dụng lý thuyết giao tiếp vào những bối cảnh và công việc cụ thể như giao tiếp nội bộ và bên ngoài, giao tiếp với những người đến từ nền văn hóa khác trong bối cảnh toàn cầu hóa, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng thương lượng, giải quyết xung đột.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10.Tài liệu học tập

- ***Sách, giáo trình chính***:

[1.] Trịnh Quốc Trung, Giáo trình Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh, NXB Lao động Xã hội, 2012.

- ***Tài liệu tham khảo :***

[1]. Allan & Barbara Pease 2009, Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thể, Nxb Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.
[2]. Business Edge 2006, Giao tiếp trong quản lý, tái bản lần thứ nhất, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
[3]. Business Edge 2006, Quản lý các mối quan hệ, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
[4]. Courtland L. Bovee and John V. Thill 2009, Business Communication Today, 10th Ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.
[5]. Harvard 2003, Giao tiếp thương mại (Business Communication), Nhà xuất bản tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
[6]. Marilyn L. Satterwhite, Judith Olson-Sutton 2003, Business communication at work, 2nd ed, McGraw-Hill/Irwin, Boston
[7]. Nguyễn Thị Oanh 1995, Tâm lý truyền thông và giao tiếp, Đại học Mở - Bán công TP Hồ Chí Minh
[8]. Raymond V. Lesokar, Marie E. Flatley 2002, Basic business communication: skills for empowering the internet generation, 9th ed, McGraw-Hill/Irwin, Boston
[9]. Sue Smithson 1993, Business communication today : a guide to effective communication techniques, Cambridge
[10]. Steve Duck and David T. McMahan 2012, The basic of communication – A relational Perspective, 2nd Edition, SAGE Publications, Canada
[11]. TS Hà Nam Khánh Giao, Phạm Thị Trúc Ly, Nguyễn Thị Quỳnh Giang, Giáo trình Giao tiếp trong kinh doanh, NXB Lao động Xã hội, 2012.
[12]. Thái Trí Dũng - Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng, NXB Thống Kê, 2006.

11.Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*

- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12.Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13.Nội dung chi tiết học phần.

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Quá trình giao tiếp	2	2		4	
2	Những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp	3	3		6	
3	Nhận diện bản thân trong giao tiếp	3	3		6	
4	Các kỹ năng giao tiếp cơ bản	4	4		8	
5	Kỹ năng tiếp khách	3	3		6	
6	Giao tiếp trong bối cảnh toàn cầu hóa	6	6		12	
7	Quản lý xung đột	6	6		12	
8	Kỹ năng thuyết trình	6	6		12	
9	Kỹ năng thuyết trình (tt)	6	6		12	
10	Kỹ năng thuyết trình (tt)	6	6		12	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Tuần/Buổi	Tựa đề bài giảng	Tài liệu bắt buộc /tham khảo	Công việc sinh viên phải hoàn thành

1	Giới thiệu mục đích yêu cầu, đề cương môn học CHƯƠNG 1 – NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN Bài 1 – Quá trình giao tiếp ▪ Giao tiếp là gì? ▪ Lợi ích của giao tiếp hiệu quả ▪ Sơ đồ giao tiếp ▪ Việc gởi, nhận thông điệp và nhiễu trong giao tiếp ▪ Các nguyên tắc giao tiếp	[1, 9-13], [3], [6]	Chia nhóm
2	Bài 2 – Những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp ▪ Nhận thức đối tượng giao tiếp ▪ Ảnh hưởng tác động qua lại trong giao tiếp ▪ Các yếu tố tâm lý cá nhân trong giao tiếp	[1, 14-22],	Họp nhóm phân công công việc
3	Bài 3 – Nhận diện bản thân trong giao tiếp ▪ Khái niệm bản thân (KNBT) là gì? ▪ Quá trình hình thành và thay đổi KNBT ▪ Khái niệm bản thân và giao tiếp	[1, 23-33], [8] [11, 101-132]	
4	Bài 4 – Các kỹ năng giao tiếp cơ bản ▪ Kênh giao tiếp: Ngôn ngữ và phi ngôn ngữ	[1, 34-35], [2], [11, 23-76]	
5	Bài 4 – Các kỹ năng giao tiếp cơ bản (tiếp theo) ▪ Kỹ năng đặt câu hỏi ▪ Kỹ năng lắng nghe ▪ Kỹ năng phản hồi	[1, 35-41], [11, 77-100]	
CHƯƠNG 2 – GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ			
6	Bài 5 - Kỹ năng tiếp khách ▪ Giao tiếp nội bộ – Tầm quan trọng của giao tiếp nội bộ hiệu quả – Nhóm chính thức và nhóm không chính thức – Văn hóa công ty – Giao tiếp cấp trên – cấp dưới – Giao tiếp đồng nghiệp	[1, 42-50]	- SV chuẩn bị kịch bản tình huống và trao đổi với giảng viên

	▪ Tiếp khách hiệu quả –Khái niệm khách hàng –Tầm quan trọng của việc tiếp khách –Nguyên tắc cơ bản –Tổ chức tiếp khách –Ứng xử khi gặp khách hàng giận dữ		
7	Bài 6 - Giao tiếp trong bối cảnh toàn cầu hóa ▪ Kinh doanh toàn cầu – bối cảnh ▪ Vai trò của giao tiếp trong môi trường kinh doanh toàn cầu ▪ Văn hóa và dị biệt văn hóa ▪ Những lời khuyên khi giao tiếp với những đối tác thuộc nền văn hóa khác	[1, 51-60] [11, 189-212]	
8	Bài 7 – Quản lý xung đột ▪ Nhận diện xung đột –Khái niệm xung đột –Lợi ích và tác hại của xung đột –Các nguyên nhân và dấu hiệu –Các kiểu hành vi trong xung đột –Các giai đoạn của xung đột	[1, 61-69], [4]	- Kiểm tra 2 (60 phút) - Sau đó lớp tiếp tục học
9	Bài 7 – Quản lý xung đột (tt) ▪ Quản lý xung đột –Phân biệt "đáp ứng xung đột" & "giải quyết xung đột" –Một số phương pháp xử lý xung đột –Sáu bước quản lý xung đột	[1, 69-76], [4]	
10	Đóng vai tình huống	1. Kiểm tra 3 2. SV thông báo và trao đổi với giảng viên về tên đề tài thi cuối kỳ	
11	Bài 8 – Kỹ năng thuyết trình ▪ Những loại hình thuyết trình ▪ Quy trình TOPP	[1, 77-82] [11,265-366]	
12	Bài 8 – Kỹ năng thuyết trình (tt) ▪ Lựa chọn cách thức thuyết trình ▪ Phi ngôn ngữ trong thuyết trình ▪ Quản lý thời gian, không gian, công cụ hỗ	[1, 82-84] [11,265-366]	

	trợ		
13	Bài 8 – Kỹ năng thuyết trình (tt) ▪ Quan sát phản ứng cử tọa ▪ Xử lý câu hỏi và tình huống rủi ro trong thuyết trình ▪ Thuyết trình theo nhóm	[1, 82-84] [11,265-366]	
14	Thi cuối kỳ		Thuyết trình nhóm tại lớp
15	Thi cuối kỳ		Thuyết trình nhóm tại lớp

1. Tên học phần : GIAO TIẾP KINH DOANH
2. Mã học phần : 3107081003
3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2
5. Phân bố thời gian
Lên lớp : 45 tiết
Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
Thực hành : 0 tiết
Tự học : 90 tiết
6. Điều kiện tiên quyết : không
7. Mục tiêu của học phần
Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng áp dụng các kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong cuộc sống hằng ngày cũng như trong hoạt động kinh doanh
8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần
Trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về giao tiếp như: Khái niệm về giao tiếp, phương pháp giao tiếp, kỹ năng giao tiếp chung, giao tiếp cụ thể, cũng như nghệ thuật thương lượng đối với khách hàng cũng như đối với các đối tượng khác.
9. Nhiệm vụ của sinh viên
Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.
Dự lớp: trên 70%
Bài tập: trên lớp và ở nhà
Khác: theo yêu cầu của giảng viên

10. Tài liệu học tập
- Sách, giáo trình chính:
- [1] Giáo trình do tập thể giáo viên bộ môn Quản trị khoa QTKD trường Đại Học Công Nghiệp TP.HCM biên soạn, NXB Thống kê, 2006.

Tài liệu tham khảo :
- Sách, giáo trình chính:
[1.] Trịnh Quốc Trung, Giáo trình Kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh, NXB Lao động Xã hội, 2012.
- Tài liệu tham khảo :
[1]. Allan & Barbara Pease 2009, Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thể, Nxb Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.
[2]. Business Edge 2006, Giao tiếp trong quản lý, tái bản lần thứ nhất, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.

[3]. Business Edge 2006, Quản lý các mối quan hệ, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
[4]. Courtland L. Bovee and John V. Thill 2009, Business Communication Today, 10th Ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.
[5]. Harvard 2003, Giao tiếp thương mại (Business Communication), Nhà xuất bản tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
[6]. Marilyn L. Satterwhite, Judith Olson-Sutton 2003, Business communication at work, 2nd ed, McGraw-Hill/Irwin, Boston
[7]. Nguyễn Thị Oanh 1995, Tâm lý truyền thông và giao tiếp, Đại học Mở - Bán công TP Hồ Chí Minh
[8]. Raymond V. Lesokar, Marie E. Flatley 2002, Basic business communication: skills for empowering the internet generation, 9th ed, McGraw-Hill/Irwin, Boston
[9]. Sue Smithson 1993, Business communication today : a guide to effective communication techniques, Cambridge
[10]. Steve Duck and David T. McMahan 2012, The basic of communication – A relational Perspective, 2nd Edition, SAGE Publications, Canada
[11]. TS Hà Nam Khánh Giao, Phạm Thị Trúc Ly, Nguyễn Thị Quỳnh Giang, Giáo trình Giao tiếp trong kinh doanh, NXB Lao động Xã hội, 2012.
[12]. Thái Trí Dũng - Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng, NXB Thống Kê, 2006.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

Nội dung chi tiết học phần

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Khái quát về giao tiếp	2	2		4	
2	Cấu trúc của hoạt động giao tiếp	3	3		6	
3	Cơ sở tâm lý xã hội của hành vi giao tiếp	3	3		6	

4	Các kỹ năng giao tiếp	4	4		8	
5	Giao tiếp trong môi trường công ty	3	3		6	
6	Khái quát về thương lượng	6	6		12	
7	Tiến trình thương lượng	6	6		12	
8	Phân tích giá cả trong thương lượng	6	6		12	
9	Kỹ thuật đột phá thế găng	6	6		12	
10	Bán hàng lẻ – những cuộc thương lượng nhỏ	6	6		12	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1KHÁI QUÁT CHUNG VỀ GIAO TIẾP

1.1 Khái Niệm Và Đặc Điểm Của Giao Tiếp

1.1.1 Khái niệm

1.1.2 Đặc tính của giao tiếp trong kinh doanh

1.1.2.1 Hoạt động kinh doanh là một hoạt động giao tiếp hết sức phức tạp

1.1.2.2 Giao tiếp trong kinh doanh luôn gấp rút về mặt thời gian

1.1.2.3 Kinh doanh là hoạt động thường có thể gặp những rủi ro

1.1.2.4 Giao tiếp kinh doanh yêu cầu phải đảm bảo hai bên cùng có lợi

1.1.2.5 Giao tiếp kinh doanh vừa là một khoa học nhung vừa là một nghệ thuật

1.2 Chức năng của giao tiếp

1.2.1 Chức năng thuần tuý của XH

1.2.1.1 Chức năng thông tin, tổ chức.

1.2.1.2 Chức năng điều khiển

1.2.1.3 Chức năng phối hợp hàng động

1.2.1.4 Chức năng động viên kích thích

1.2.2 Chức năng tâm lí XH.

1.2.2.1 Chức năng tạo mối quan hệ

1.2.2.2 Chức năng cân bằng cảm xúc

1.2.2.3 Chức năng phát triển nhân cách

1.3 Các loại hình giao tiếp cơ bản

1.3.1 Dựa vào nội dung tâm lí của giao tiếp

1.3.2 Dựa vào đối tượng hoạt động giao tiếp

1.3.3 Dựa vào tính chất tiếp xúc

1.3.4 Dựa vào hình thức của giao tiếp

1.3.5 Dựa vào thế tâm ly giữa hai bên trong giao tiếp

1.3.6 Dựa vào thái độvà sách lược giao tiếp

CHƯƠNG 2CẤU TRÚC CỦA HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP
2.1 Truyền thông trong giao tiếp
2.1.1 Quá trình truyền thông giữa các cá nhân
2.1.1.1 Mô hình truyền thông
2.1.1.2 Hoàn thiện quá trình truyền thông giữa các cá nhân
2.1.2 Truyền thông trong tổ chức
2.1.2.1 Khái niệm về tổ chức
2.1.2.2 Mạng thông tin
2.1.2.3 Luồng thông tin
2.1.2.4 Hoàn thiện truyền thông trong tổ chức
2.1.3 Các phương tiện giao tiếp
2.1.3.1 Phương tiện giao tiếp ngôn ngữ
2.1.3.2 Phương tiện gioa tiếp phi ngôn ngữ
2.2 Giao Tiếp Là Quá Trình Nhận Thức Lẫn Nhau
2.2.1 Nhận thức người khác
2.2.2 Sự nhận thức về bản thân
2.2.3 Cửa sổ Johari và mối quan hệ giữa nhận thức và tự nhận thức
2.3 Giao Tiếp Là Quá Trình Tác Động Qua Lại, Anh Hưởng Lẫn nhau.
2.3.1 Sự lây lan tâm lý
2.3.2 Am thị trong giao tiếp
2.3.3 Hiện tượng áp lực nhóm
2.3.4 Bắt chước
2.3.5 Thuyết phục

CHƯƠNG 3 : CƠ SỞ TÂM LÍ XÃ HỘI CỦA HÀNH VI GIAO TIẾP
3.1 Các Yếu Tố Tâm Lý
3.1.1 Động cơ hành động
3.1.1.1 Khái niệm về động cơ và nhu cầu
3.1.1.2 Các lý thuyết về động cơ
3.1.2 Vô thức và cơ chế tự vệ.
3.1.2.1 Vô thức
3.1.2.2 Các cơ chế tự vệ
3.1.3 Thế giới quan
3.1.4 Cảm xúc-tình cảm
3.1.5 Tính cách
3.1.6 Khí chất
3.2 Các Yếu Tố Văn Hoá
3.2.1 Nền văn hoá
3.2.2 Nhánh văn hoá

3.3 các yếu tố xã hội
3.3.1 Các nhóm xã hội
3.3.2 Gia đình
3.3.3 Vai trò, vị trí XH
3.3.4 Hệ gía trị và chuẩn mực hành vi

CHƯƠNG 4: CÁC KĨ NĂNG GIAO TIẾP
4.1 Kĩ Năng Lắng Nghe
4.1.1 Tại sao phải lắng nghe.
4.1.2 Những trở ngại nào ngăn cản việc lắng nghe có hiệu quả
4.1.2.1 Tốc độ suy nghĩ
4.1.2.2 Sự phức tạp của vấn đề
4.1.2.3 Do không được tập luyện
4.1.2.4 Thiếu sự quan tâm và sự kiên nhẫn
4.1.2.5 Thiếu sự quan sát bằng mắt
4.1.2.6 Những thành kiến tiêu cực
4.1.2.7 Uy tín của người nói
4.1.2.8 Do những thói quen xấu khi lắng nghe.
4.1.3 Lắng nghe có hiệu quả
4.1.3.1 Kĩ năng biểu lộ sự quan tâm
4.1.3.2 Kĩ năng gợi mở
4.1.3.3 Kĩ năng phản ánh
4.2 Kĩ Năng Đặt Câu Hỏi
4.2.1 Dùngcâu hỏi để thu thập thông tin
4.2.1.1 Hãy làm cho việc cung cấp tin trở thành niềm vui đối với người khác
4.2.1.2 Hãy băt đầu bằng một câu hỏi dễ trả lời
4.2.1.3 Các loại câu hỏi
4.2.2 Dùng câu hỏi nhằm những mục đích khác.
4.3 Kĩ Năng Diễn Thuyết Và Báo Cáo Miệng
4.3.1 Diễn Thuyết
4.3.1.1 Sơ đồ về các bước tổ chức buổi nói chuyện
4.3.1.2 Nội dung các bước
4.3.2 Diễn Thuyết
4.3.2.1 Báo cáo miệng
4.3.2.2 Phát biểu tuỳ hứng
4.4 Kỹ năng giao dịch bằng thư tín
4.4.1 Một số vấn đề chung
4.4.2 Phân loại thu từ giao dịch và kết cấu của chúng
4.4.3 Các loại thư từ xã giao
4.5 Các kỹ năng xã giao thông thường
4.5.1 Những nguyên tắc chung của giao tiếp , xã giao

4.5.2 Các phép xã giao thông thường
4.5.3 Kỹ năng gây thiện cảm tronggiao tiếp

CHƯƠNG 5GIAO TIẾP TRONGMÔI TRƯỜNG CÔNG TY
5.1 Giao tiếp nội bộ
5.1.1 Tổ chức các cuộc họp
5.1.2 Giao tiếp với cấp dưới
5.1.3 Giao tiếp với cấp trên
5.2 Giao tiếp với bên ngoài
5.2.1 Giao tiếp với khách hàng
5.2.2 Giao tiếp với nhà cung cấp
5.2.3 Giao tiếp với cơ quan chính quyền
5.2.4 Giao tiếp với báo chí
5.3 Phỏng vấn tuyển chọn
5.3.1 Các hình thức phỏng vấn
5.3.2 Tiến trình phỏng vấn
5.3.3 Một số chỉ dẫn cho ứng viên trước khi phỏng vấn

CHƯƠNG 6KHÁI QUÁT CHUNG VỀ THƯƠNG LƯỢNG
6.1 Khái niệm thương lượng
6.2 Đặc điểm thương lượng trong kinh doanh
6.2.1 Đặc điểm thức nhất
6.2.2 Đặc điểm thứ hai
6.2.3 Đặc điểm thứ ba
6.2.4 Đặc điểm thứ bốn
6.2.5 Đặc điểm thứ năm
6.2.6 Đặc điểm thứ sáu
6.2.7 Đặc điểm thứ bảy
6.3 Một số ví dụ kinh điển về thương lượng
6.3.1 Làm sao chia một chiếc bánh
6.3.2 Chuyện về bán đảo Sinai
6.3.3 Chuyện về chiếc cửa sổ
6.4 Các kiểu thương lượng
6.4.1 Thươnglượngkiểu mềm
6.4.2 Thương lượng kiểu cứng
6.4.3 Thương lượng kiểu nguyên tắc

CHƯƠNG 7TIẾN TRÌNH THƯƠNG LƯỢNG
7.1 Giai đoạn chuẩn bị
7.1.1 Tìm hiểu bản thân
7.1.2 Tìm hiểu đối tác

7.1.3 Tổ chức đội ngũ thương lượng
7.1.4 Lập mục tiêu, sách lược, kế hoạch thương lượng
7.1.5 Thương lượng thử
7.2 Giai đoạn tiếp xúc
7.2.1 Tạo không khí tiếp xúc
7.2.2 Thăm dò đối tác
7.2.3 Sửa đổi kế hoạc thương lượng
7.3 Giai đoạn thực chất
7.3.1 Đưa ra yêu cầu chính xác
7.3.2 Điền chỉnh yêu cầu
7.3.3 Đạt thành thỏa thuận và ký hợp đồng

CHƯƠNG 8PHÂN TÍCH GIÁ CẢ TRONG THƯƠNG LƯỢNG
8.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến giá cả
8.1.1 Yêu cầu kỷ thuật
8.1.2 Thời hạn giao hàng
8.1.3 Kênh phân phối
8.1.4 Phương thức vận chuyển và bảo hiểm
8.1.5 Mức độ mới cũ của sản phẩm
8.1.6 Quan hệ giữa sản phẩm chủ yếu và các sản phẩm phụ trợ
8.1.7 Phương thức chi trả
8.2 Các phương pháp đặt giá
8.2.1 Định giá bằng các cộng chi phí hoặc theo lợi nhuận mục tiêu
8.2.2 Đặt giá theo tập quán tiêu dùng
8.2.3 Định giá dựa vào cạnh tranh
8.2.4 Đặt giá sản phẩm mới
8.2.5 Đặt giá phân biệt
8.2.6 Đặt giá tâm lý
8.3 Phương pháp điều chỉnh giá
8.3.1 Giảm giá
8.3.2 Tăng giá
8.4 Phân tích các mối quan hệ giá cả
8.4.1 Giả cả tích cực và giả cả tiêu cực
8.4.2 Giá cả thực tế và giá cả tươngđối
8.4.3 Giá cả cố định và giá cả trôi nổi
8.4.4 Giá cả tổng hợp và giá cả đơn hạng

CHƯƠNG 9 : KỸ THUẬT ĐỘT PHÁ THẾ GĂNG TRONG THƯƠNG LƯỢNG
9.1 Nguyên nhân hình thành thế găng
9.1.1 Tranh chấp lập trường
9.1.2 Một bên dùng thế mạnh cưỡng bức bên kia

9.1.3 Do không hiểu nhau
9.1.4 Tố chất nhân viên đàm phán
9.1.5 Khoản cách giữa lợi ích mà 2 bên đề ra quá lớn
9.2 Kỷ xảo đột phá thế găng
9.2.1 Tập trung vào lợi ích chứ không tập trung vào lập trường
9.2.2 Tạo ra các phương án để cùng đạt được mục đích
9.2.3 Hãy đưa ra những tiêu chuẩn khách quan
9.2.4 Ap dụng thuật nhu đạo
9.2.5 Thay thế nhân viên thương lượng
9.2.6 Đánh vào chủ chốt và nhân vật chủ chốt
9.2.7 Dưới búa lượm củi

CHƯƠNG 10 : BÁN HÀNG LẺ – NHỮNG CUỘC THƯƠNG LƯỢNG NHỎ
10.1 Điều kiện hóa tâm lý khách hàng
10.1.1 Vị trí và môi trường kinh doanh
10.1.2 Tạo sự hấp dẫn của cữa hàng
10.1.3 Tạo sự hấp dẫn của hàng hóa
10.2 Quá trình bán hàng và tác động tâm lý
10.2.1 Đánh thức sự chú ý của khách hàng
10.2.2 Đánh thức sự hứng thú của khách hàng
10.2.3 Gây ham muốn mua hàng
10.2.4 Dẫn khách hàng đến hành động mua hàng
10.3 Tâm lý khách hàng
10.3.1 Một số đặd điểm tâm lý chung của khách hàng
10.3.2 Tâm lý một số khách hàng thường gặp
10.4 Những yêu cầu cần thiết đối với người bán hàng
10.4.1 Yêu cầu về thể chất
10.4.2 Yêu cầu về khả năng nghề nghiệp
Yêu cầu về phẩm chất cá nhân

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH

2. Mã học phần : 3107082016

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 3

5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những g kiến thức, lý luận liên quan đến hoạt động quản trị tài chính trong doanh nghiệp, cách hoạch định và sử dụng vốn trong doanh nghiệp…

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Học phần Quản Trị tài chính bao gồm các vấn đề lý luận liên quan đến hoạt động quản trị tài chính trong doanh nghiệp. Nội dung cơ bản của học phần này là nghiên cứu sâu vào cách hoạch định và sử dụng vốn trong doanh nghiệp…

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

Sách, giáo trình chính:

- [1] TS. Nguyễn Thanh Liêm, *Quản trị tài chính*, Nhà Xuất Bản Tài Chính, 2014.

Tài liệu tham khảo:

- [2] TS. Nguyễn Văn Thuận, *Quản trị tài chính*, NXB Thống Kê, 1998.
- [3] TS. Nguyễn Quang Thu, *Quản trị tài chính căn bản*, NXB Giáo Dục, 2000.
- [4] Jame C . Van Horne, *Fundamental of Financial Management*, 1986.

- [5] Ng Kean Kok, Zhang Weina, Maran Marimuthu,, Sandeep Bhattacharya (2014), *Financial Management* 2e., Oxford University Press.
- [6] Timothy Gallagher(2014), *Financial Management: Principles and Practice* 5e. Prentice Hall.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Những vấn đề chung về quản trị tài chính	2	2		4	
2	Phân tích tài chính	8	8		16	
3	Hoạch định tài chính	11	11		22	
4	Dự toán tài chính	11	11		22	
5	Quản trị vốn lưu động	13	13		26	
Tổng		**45**	**30**	**45**	**90**	

Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH

1.1 Khái niệm về quản trị tài chính:

1.2 Mục tiêu của quản trị tài chính:

1.2.1 Các LÝ THUYẾT về mục tiêu.

1.2.1 Mục tiêu của quản trị tài chính

1.3 Vai trò của quản trị tài chính:

1.3.1 Sự thay đổi vai trò của quản trị tài chính

1.3.2 Tầm quan trọng của các quyết định tài chính.

1.4 Vị trí của quản trị tài chính:

1.4.1 Hai khía cạnh của quản trị tài chính.

1.4.2 Vị trí của quản trị tài chính

Chương 2: PHÂN TÍCH TÀI CHÍNH

2.1 Đọc báo cáo tài chính

2.1.1 Bảng cân đối kế toán

2.1.2 Bảng báo cáo kết quả kinh doanh

2.1.3 Bảng lưu chuyển tiền tệ

2.1.4 Thuyết minh báo cáo tài chính

2.2 Phân tích khái quát tình hình tài chính

2.2.1 Phân tích theo chiều dọc

2.2.2 Phân tích theo chiều ngang

2.3 Phân tích các chỉ số tài chính

2.3.1 Các tỷ số về khả năng thanh toán

2.3.2 Các tỷ số về đòn cân nợ

2.3.3 Các tỷ số về hoạt động

2.3.4 Các tỷ số về doanh lợi

2.4 Phân tích tài chính Du Pont

Chương 3: HOẠCH ĐỊNH TÀI CHÍNH

3.1 Phân tích hòa vốn :

3.1.1 Phân tích hòa vốn theo sản lượng:

3.1.2 Phân tích hòa vốn theo doanh thu :

3.1.3 Phân tích hòa vốn tiền mặt:

3.1.4 Giới hạn của phân tích hòa vốn :

3.2 Đòn cân định phí:

3.2.1 Ví dụ về đòn cân định phí:

3.2.2 Phân tích LÝ THUYẾT về đòn cân định phí :

3.3 Đòn cân nợ :

3.2.1 Ví dụ về đòn cân nợ :
3.2.2 Phân tích LÝ THUYẾT về đòn cân nợ :
3.4 Tương quan giữa đòn cân nợ và đòn cân định phí :

Chương 4: DỰ TOÁN TÀI CHÍNH
4.1 Dự toán nhu cầu vốn kinh doanh:
4.1.1 Phương pháp phần trăm trên doanh thu:
4.1.2 Phương pháp hồi quy đơn biến:
4.1.3 Phương pháp hồi quy đa biến:
4.1.4 So sánh các phương pháp dự toán
4.2 Dự toán các báo cáo tài chính:
4.2.1 Dự toán bảng cân đối kế toán :
4.2.2 Dự toán bảng báo cáo kết quả kinh doanh. :
4.2.3 Dự toán bảng lưu chuyển tiền tệ :

Chương 5: QUẢN TRỊ VỐN LƯU ĐỘNG
5.1 Tầm quan trọng của quản trị vốn lưu động:
5.1.1 Thời gian dành cho quản trị vốn lưu động :
5.1.2 Mối quan hệ giữa doanh thu và tài sản lưu động:
5.1.3 Tầm quan trọng của quản trị vốn lưu động đối với các doanh nghiệp nhỏ:
5.2 Quản trị tiền mặt và chứng khoán :
5.2.1 Các điểm lợi của mức dự trữ hợp lý :
5.2.2 Hình thức thu chi tiền mặt:
5.2.3 Đầu tư tiền mặt:
5.2.4 Kiểm soát tiền mặt:
5.3 Quản trị các khoản phải thu :
5.3.1 Chính sách tín dụng:
5.3.2 Đánh giá các chính sách tín dụng:
5.4 Quản trị tồn kho:
5.4.1 Các yếu tố quyết định tồn kho :
5.4.2 Phân tích tồn kho :
5.4.3 Phương thức quyết định tồn kho:

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG
2. Mã học phần : 3107082027
3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 3
5. Phân bổ thời gian :
- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không.

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức về hoạt động cung ứng hàng hóa, nguyên vật liệu trong hoạt động sản xuất kinh doanh ở qui mô toàn cầu.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Hoạt động cung ứng là một hoạt động mang tính chất quan trọng, quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Học phần Quản trị cung ứng bao gồm các nội dung liên quan đến vận tải, giao nhận, chi phí, truyền thông....trong quá trình cung ứng sản phẩm hàng hóa.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính:

- [1] TS. Nguyễn Thành Hiếu, *Quản trị chuỗi cung ứng*, NXB Đại Học Kinh Tế Quốc Dân, 2015.

- Tài liệu tham khảo:

- [1] Michael H. Hugos (2011), *Essentials of Supply Chain Management* 3e, Wiley.

- [2] Gust Blauwens, Peter De Baere, Eddy Vande Voorde, *Transport Economics*, 2002.
- [3] Shoshanah Cohen & Joseph Roussel, *Strategic Supply Chain Management*, 2003.
- [4] International Trade Institude of Singapore, *Effective Distribution and Logistics System for InternationalAlization Strategy*, 2006.
- [5] Sunil Chopra & Peter Meindl (2012), *Supply Chain Management* 5e, Prentice Hall.
- [6] Một số tài liệu tham khảo khác thu thập trên Internet.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi : Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Tổng quan về Logistics	2	2		4	
2	Quản trị Logistics	5	5		10	
3	Dịch vụ khách hàng	4	4		8	
4	Hệ thống thông tin	4	4		8	
5	Dự trữ	4	4		8	
6	Quản trị vật tư	9	9		18	
7	Vận tải	9	9		18	
8	Kho bãi	8	8		16	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Chương 1: TỔNG QUÁT VỀ LOGISTICS

1.1 Bàn về khái niệm Logistics

1.2 Mối quan hệ giữa Logistics – Dây chuyền cung ứng – Quá trình phân phối

1.3 Logistics trong giao nhận vận tải

1.4 Vai trò của Logistics

1.4.1 Vai trò của Logistics đối với nền kinh tế

1.4.2 Vai trò của Logistics đối với các doanh nghiệp

1.5 Xu hướng phát triển Logistics

1.5.1 Xu hướng phát triển Logistics trên thế giới

1.5.2 Xu hướng phát triển Logistics tại Việt Nam

Chương 2: QUẢN TRỊ LOGISTIS

2.1 Quản trị Logistics

2.2 Dịch vụ khách hàng

2.3 Hệ thống thông tin trong quản trị Logistics

2.4 Quản trị dự trữ

2.5 Quản trị vật tư

2.6 Vận tải

2.7 Kho bãi

2.8 Chi phí Logistics và phân tích tổng chi phí Logistics.

Chương 3: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

3.1 Định nghĩa về dịch vụ khách hàng

3.2 Các yếu tố của dịch vụ khách hàng

3.3 Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh

3.4 Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng

3.5 Giới thiệu một số dịch vụ khách hàng trong hoạt động Logistics

Chương 4: HỆ THỐNG THÔNG TIN

4.1 Chu trình đặt hàng – Sự cần thiết phải quản trị hệ thống thông tin

4.2 Hệ thống thông tin trong hoạt động Logisics – Những bước cải tiến

4.3 Giới thiệu một số Hệ thống thông tin của các công ty Logistics tại Việt Nam

Chương 5: DỰ TRỮ

5.1 Khái niệm dự trữ

5.2 Phân loại dự trữ

5.2.1 Phân loại theo vị trí của hàng hóa trên dây chuyền cung ứng

5.2.2 Phân loại theo nguyên nhân hình thành dự trữ

5.2.3 Phân loại theo công dụng

5.2.4 Phân loại theo giới hạn của dự trữ

5.3 Quản trị dự trữ

Chương 6: QUẢN TRỊ VẬT TƯ

6.1 Quản trị vật tư và các khái niệm có liên quan

6.1.1 Quản trị cung ứng

6.1.2 Quản trị vật tư

6.2 Qui trình nghiệp vụ cung ứng vật tư

6.2.1 Xác định nhu cầu vật tư

6.2.2 Lựa chọn nhà cung cấp

6.2.3 Lập đơn hàng, ký hợp đồng cung ứng

6.2.4 Tổ chức thực hiện đơn đặt hàng / Hợp đồng cung ứng

6.2.5 Nhập kho – Bảo quản – Cung cấp cho các bộ phận có nhu cầu

6.3 Quản trị vật tư trong nội bộ tổ chức

6.4 Quản trị nguồn cung cấp

6.4.1 Tầm quan trong của việc lựa chọn nguồn cung cấp

6.4.2 Phát triển và duy trì các nguồn cung cấp bền vững

6.4.3 Chiến lược và chiến thuật lựa chọn nguồn cung cấp

6.4.4 Đánh giá một nhà cung cấp tiềm năng

6.4.5 Nguồn cung cấp quốc tế

6.5 Hệ thống thông tin trong quản trị vật tư

6.5.1 Các hệ thống MRP

6.5.2 Các hệ thống DRP

Chương 7: VẬN TẢI

7.1 Vận tải và vai trò của vận tải

7.1.1 Vận tải

7.1.2 Vai trò của Vận tải trong hoạt động Logistics

7.2 Lựa chọn người chuyên chở và lộ trình

7.2.1 Lựa chọn điều kiện giao hàng
7.2.2 Lựa chọn phương thức vận tải
7.2.3 Lựa chọn các hãng vận tải
7.3 Giao nhận hàng hóa
7.3.1 Giao hàng cho người vận tải
7.3.2 Nhận hàng từ người vận tải
7.3.3 Một số thuật ngữ cần lưu ý khi giao nhận hàng hóa bằng đường biển
7.4 Kiểm tra, kiểm soát quá trình vận chuyển
7.5 Hàng hóa bị hư hỏng, mất mát trong quá trình vận chuyển và cách thức giải quyết
7.5.1 Hàng hóa bị mất mát trong quá trình vận chuyển
7.5.2 Hàng hóa bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển
7.6 Bốc dỡ hàng hóa – Tiền phạt bốc dỡ chậm
7.7 Vận đơn và kiểm tra vận đơn
7.7.1 Vận đơn đường biển (B/L)
7.7.2 Những nội dung cần lưu ý khi kiểm tra B/L
7.8 Chiến lược vận tải
7.9 Vai trò của công ty / bộ phận Logistics trong vận tải.

Chương 8: KHO BÃI

8.1 Kho bãi và vai trò của kho bãi
8.1.1 Kho bãi
8.1.2 Vai trò của kho bãi
8.2 Chức năng của kho bãi
8.2.1 Hỗ trợ cho sản xuất
8.2.2 Tổng hợp sản xuất
8.2.3 Gom hàng
8.2.4 Tách hàng thành nhiều lô nhỏ
8.3 Mối liên hệ giữa kho và các bộ phận khác
8.3.1 Mối liên hệ giữa kho với vận tải
8.3.2 Mối liên hệ giữa kho với sản xuất
8.3.3 Mối liên hệ giữa kho với dịch vụ khách hàng
8.3.4 Mối liên hệ giữa kho với tổng chi phí Logistics
8.4 Các loại kho

8.4.1 Cross – docking
8.4.2 Kho thuê theo hợp đồng
8.4.3 Các loại kho công cộng
8.4.4 Kho bảo thuế
8.4.5 Kho ngoại quan
8.5 Giới thiệu hệ thống kho bãi của một số công ty Logistics Việt Nam.

1. Tên học phần : NGHIỆP VỤ NGOẠI THƯƠNG

2. Mã học phần : 3107083021

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 3

5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Học phần tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng làm việc với những kiến thức cơ bản về nghiệp vụ ngoại thương trong kinh doanh mua bán quốc tế.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Học phần Nghiệp vụ ngoại thương các vấn đề liên quan đến các kỹ thuật nghiệp vụ mua bán quốc tế, xuất nhập khẩu. Nội dung cơ bản của Học phần này là nghiên cứu chủ yếu vào các kỹ thuật giao dịch, đàm phán, thương lượng, ký kết hợp đồng xuất nhập khẩu, nghiệp vụ mua bán thiết bị, công nghệ mang tính quốc tế….. Thông qua đó, sinh viên sẽ có kiến thức nắm bắt được các nghiệp vụ mua bán trong môi trường kinh doanh quốc tế.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính:

- [1] TS Đỗ Quốc Dũng (Chủ biên), *Nghiệp vụ ngoại thương*, Nhà Xuất Bản Tài Chính, 2015.

- Tài liệu tham khảo:

- [2] Trường Đại Học Ngoại Thương , *Nghiệp vụ xuất nhập khẩu* , NXB Thống kê, 2004.
- [3] Dương Hữu Hạnh, *Hướng dẫn thực hành kinh doanh xuất nhập khẩu*, NXB Thống kê, 2009.
- [4] Jan Ramberg**,** Dịch Giả: Nguyễn Trọng Thùy**,** *Hiểu và áp dụng tốt Incoterm 2010*, Nhà Xuất Bản Tài Chính, 2015.
- [5] GS TS Võ Thanh Thu, *Kỹ Thuật Kinh Doanh Xuất Nhập Khẩu*, Nhà Xuất Bản Tổng hợp TP.HCM, 2011.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Các phương thức giao dịch mua bán trên thị trường thế giới	2	2		4	
2	Các điều kiện trong giao dịch mua bán quốc tế.	3	3		6	
3	Chuẩn bị giao dịch, đàm phán, ký kết hợp đồng ngoại thương	3	3		6	
4	Thực hiện hợp đồng mua bán ngoại thương	4	4		8	
5	Quảng cáo và nhãn hiệu trong ngoại thương	3	3		6	
6	Nghiệp vụ nhập khẩu thiết bị toàn bộ	3	3		6	
7	Nghiệp vụ mua bán công nghệ	3	3		6	
8	Nghiệp vụ thuê và cho thuê thiết bị	8	8		16	

9	Thu mua và cung ứng hàng xuất khẩu	8	8		16	
10	Giao dịch trong nước về hàng nhập khẩu	8	8		16	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Chương 1: CÁC PHƯƠNG THỨC GIAO DỊCH MUA BÁN TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

- Giao dịch thông thường
- Giao dịch qua trung gian
- Buôn bán đối lưu
- Đấu giá quốc tế
- Đấu thầu quốc tế
- Giao dịch tại sở giao dịch hàng hóa
- Giao dịch tại hội chợ và triển lãm
- Gia công quốc tế
- Giao dịch tái xuất
- Câu hỏi ôn tập,bài tập

Chương 2: CÁC ĐIỀU KIỆN GIAO DỊCH TRONG BUƠN BN QUỐC TẾ

- Điều kiện giao hàng
- Điều kiện phẩm chất
- Điều kiện số lượng
- Điều kiện bao bì
- Điều kiện cơ sở giao hàng
- Điều kiện giá cả
- Điều kiện giao hàng
- Điều kiện thanh toán trả tiền
- Điều kiện khiếu nại
- Điều kiện bảo hành
- Điều kiện về trường hợp miễn trách
- Điều kiện trọng tài
- Điều kiện vận tải
- Câu hỏi ôn tập,bài tập

Chương 3: CHUẨN BỊ GIAO DỊCH, ĐÀM PHÁN, KÝ KẾT HỢP ĐỒNG NGOẠI THƯƠNG

- Những công việc chuẩn bị để giao dịch
- Các bước giao dịch
- Các hình thức đàm phán
- Các phương thức kiểm tra và tính giá hàng xuất nhập khẩu
- Ký kết hợp đồng mua bán ngoại thương
- Câu hỏi ôn tập và bài tập

Chương 4: THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG MUA BÁN NGOẠI THƯƠNG

- Xin giấy phép xuất nhập khẩu
- Chuẩn bị hàng xuất khẩu
- Kiểm tra chất lượng
- Thuê tàu lưu cước
- Mua bảo hiểm
- Làm thủ tục hải quan
- Giao nhận hàng với tàu
- Làm thủ tục thanh toán
- Khiếu nại và giả quyết khiếu nại
- Những chứng từ cơ bản trong quá trình thực hiện hợp đồng mua bán ngoại thương
- Chứng từ hàng hóa
- Chứng từ vận tải
- Chứng từ bảo hiểm
- Chứng từ kho hàng
- Chứng từ hải quan
- Câu hỏi ôn tập và bài tập

Chương 5: QUẢNG CÁO VÀ NHÃN HIỆU TRONG NGOẠI THƯƠNG

- Khái niệm và mục đích của quảng cáo
- Nội dung vàhình thức của quảng cáo
- Các phương tiện và phương thức quảng cáo
- Tổ chức quảng cáo

- Nhãn hiệu hàng hóa
- Câu hỏi ôn tập, bài tập

Chương 6: NGHIỆP VỤ NHẬP KHẨU THIẾT BỊ TOÀN BỘ

- Khái niệm về TBTB và tình hình buôn bán TBTB
- Các giai đoạn nhập khẩu TBTB
- Các phương thức nhập khẩu TBTB
- Hợp đồng nhập khẩu TBTB
- Câu hỏi ôn tập,bài tập

Chương 7: NGHIỆP VỤ MUA BÁN CÔNG NGHỆ

- Công nghệ và mua bán công nghệ
- Mua bán sáng chế
- Mua bán dịch vụ kỹ thuật

Chương 8: NGHIỆP VỤ THUÊ VÀ CHO THUÊ THIẾT BỊ

- Khái niệm thuê và cho thuê thiết bị
- Các loại hình thuê và cho thuê thiết bị
- Hợp đồng thuê thiết bị
- Trình tự lập và chấm dứt hợp đồng thuê thiết bị

Chương 9: THU MUA VÀ CUNG ỨNG HÀNG XUẤT KHẨU

- Tìm hiểu nguồn hàng xuất khẩu
- Lựa chọn phương thức giao dịch hàng xuất khẩu
- Tiếp nhận bảo quản và xuất kho giao dịch hàng xuất khẩu

Chương 10:GIAO DỊCH TRONG NƯỚC VỀ HÀNG NHẬP KHẨU

- Đơn đặt hàng nhập khẩu
- Hợp đồng kinh tế về hàng nhập khẩu
- Giao nhận và kiểm tra hàng nhập khẩu
- Một số nét riêng trong giao dịch hàng nhập là TBTB

1. Tên học phần : PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU TRONG KINH DOANH

2. Mã học phần : 3107082014

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bổ thời gian :

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Học phần tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần:

Môn học giới thiệu cho học viên những nguyên tắc về phương pháp luận nghiên cứu khoa học, đồng thời trang bị những phương pháp để thực hiện một đề tài nghiên cứu trong các lĩnh vực quản lý.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Học phần có thể ứng dụng kết hợp với kiến thức môn học chuyên môn để hình thành đề cương nghiên cứu và giải quyết một đề tài nghiên cứu hoặc LVTN Cao Đẳng.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính:

- [1] Nguyễn Đình Thọ, G*iáo trình Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*, NXB Lao động Xã hội, 2013.

- Tài liệu tham khảo:

[1] Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* 4e. John Wiley & Sons, Inc.

[2] Trochim, William. (2006). *Research Methods Knowledge Bass*. Available at http:// www.socialresearchmethods.net/kb/content.htm

[3] Useful websites:
Free electronic scholarly joournals:
http://www.bl.uk/collections/wider/periodicalres.html#freeelecj,
Statistics E-book: http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html,
SPSS online tutorials: http://www.spsstools.net/spss.htm#SpecializedTutorials.
[4] Hair et al, Multivariate Data Analysis, 5th Ed. Pretice - Hall. (1998).
[5] PGS.TS Đinh Phi Hổ, *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sĩ*, NXB Phương Đông, 2014.
[6] D. Cooper and P. Schindler (2013). *Business Research Methods* 12e. McGraw-Hill Education.
[7] William G. Zikmund, Barry J. Babin, Jon C. Carr, Mitch Griffin (2012), *Business Research Methods 9e*. South-Western College Pub.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm : Theo qui chế tín chỉ.

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Đại cương về Nghiên cứu trong KD	4	4		8	
2	Thiết kế một dự án nghiên cứu	8	8		16	

3	Nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập	4	4		8	
4	Chọn mẫu	5	5		10	
5	Kỹ thuật đo và thu thập dữ liệu	9	9		18	
6	Phân tích dữ liệu	6	6		12	
7	Báo cáo kết quả	3	3		6	
8	Phân tích nhị biến	3		6	6	
9	Tổng quan về phân tích dữ liệu đa biến	3		6	6	
Tổng		45	39	12	90	

Chương	Nội dung	Số tiết	TLTK
1	Đại cương về Nghiên cứu trong QTDN ▪ Nhận thức luận và Tri thức khoa học ▪ Cơ sở khoa học của Phương pháp nghiên cứu ▪ Nghiên cứu trong QTDN ▪ Quá trình nghiên cứu ▪ Nghiên cứu và Ra quyết định trong quản lý	4	[1],[2],[3]
2	Thiết kế một dự án nghiên cứu ▪ Phân loại nghiên cứu ▪ Quá trình thiết kế nghiên cứu ▪ Xây dựng và đánh giá đề cương nghiên cứu ▪ Nghiên cứu định tính	8	[1],[2],[3]
3	Nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập	4	[2]

	▪ Dữ liệu thứ cấp ▪ Dữ liệu sơ cấp ▪ Dữ liệu thực nghiệm		
4	Chọn mẫu ▪ Khái niệm và quá trình chọn mẫu ▪ Chọn mẫu theo xác suất ▪ Chọn mẫu phi xác suất ▪ Xác định cở mẫu	5	[2]
5	Kỹ thuật đo và thu thập dữ liệu ▪ Khái niệm chung ▪ Các loại thang đo ▪ Thang đo thái độ/ thang đo nhiều biến ▪ Sai lệch trong đo đạc ▪ Thiết kế questionnaire	9	[1],[2],[3]
6	Phân tích dữ liệu ▪ Xử lý dữ liệu ▪ Phân tích đơn biến	6	[4][5]
7	Báo cáo kết quả ▪ Tổng quan về báo cáo kết quả nghiên cứu ▪ Các thành phần của một báo cáo nghiên cứu ▪ Các nguyên tắc khi viết báo cáo nghiên cứu ▪ Thuyết trình kết quả nghiên cứu Giới thiệu về Luận văn Thạc sĩ.	3	[2]

1.1PHẦN GIẢNG DẠY THỰC ỀNH: 6 Tiết

TT	Bài TH, TN	Số tiết	PNT,PMT	TLKT
1	Phân tích nhị biến	3		
2	Tổng quan về phân tích dữ liệu đa biến	3		

1.2 PHẦN BÀI TẬP LỚN - TIỂU LUẬN: 15 Tiết

Lập đề cương chi tiết cho một đề tài nghiên cứu cụ thể (do SV tự chọn) trong lĩnh vực quản trị doanh nghiệp. Phương pháp nghiên cứu yêu cầu là nghiên cứu định lượng và dữ liệu được thu thập qua một cuộc khảo sát bằng bảng Questionnaire. Bài tập này sẽ được thực hiện trong suốt học kỳ và được nộp 1 tuần sau ngày thi (khoảng 8-12 trang A4).

Riêng những SV đã học môn Nghiên cứu Marketing có thể chọn phương thức II. Khi đó SV cần gặp GV để đăng ký và thực hiện các yêu cầu sau đây:

a. Viết 1 bài tiểu luận dài 3000-5000 từ.
b. Đề tài có thể là (SV cần gặp GV để duyệt trước):
   - Tổng hợp lý thuyết và các nghiên cứu gần đây (Literature review) về một đề tài.
   - Khảo luận sâu hơn một vấn đề nào đó trong phương pháp nghiên cứu.
   - Khảo luận (có minh hoạ) về một phương pháp phân tích dữ liệu đa biến.
c. Nộp bài vào ngày thi cuối học kỳ.

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ ĐIỀU HÀNH

2. Mã học phần : 3107083022

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 3

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Trang bị những kiến thức chuyên môn chủ yếu về công tác quản lý trong hoạt động sản xuất của doanh nghiệp nhằm giúp cho sinh viên có khả năng điều hành hoạt động sản xuất trong doanh nghiệp sau này

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Nội dung học phần Quản trị sản xuất và dịch vụ bao gồm các vấn đề liên quan đến qúa trình tổ chức thực hiện sản xuất. Cụ thể là liên quan đến vấn đề hoạch định, tổ chức triển khai hoạt động sản xuất, dịch vụ. Trong đó tập trung vào việc quản trị hàng tồn kho, hoạch định nhu cầu vật tư, điều độ tác nghiệp, quản trị chất lượng, bố trí mặt bằng….

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính

- [1] TS Đặng Minh Trang & Lưu Đan Thọ, *Quản trị vận hành hiện đại*, Nhà Xuất Bản Tài Chính, 2015

- Tài liệu tham khảo

- [1] GS TS Đồng Thị Thanh Phương, *Quản trị sản xuất và dịch vụ*, NXB Lao Động Xã hội, 2011
- [2] TS Hồ Tiến Dũng, *Giáo trình Quản trị sản xuất và điều hành*, NXB Lao Động, 2008.
- [3] TS Trương Đức Lực, *Giáo trình Quản trị tác nghiệp*, NXB Kinh tế quốc dân, 2010.
- [4] Jay Heizer, Barry Render (2013), *Operations Management* 11e., Prentice Hall.
- [5] William Stevenson (2011), *Operations Management* 11e., McGraw-Hill/Irwin.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Nhập môn về quản trị sản xuất và dịch vụ	1	1		2	
2	Dự báo	3	3		6	
3	Quyết định về sản phẩm, dịch vụ, công suất, công nghệ và thiết bị.	3	3		6	
4	Xác định địa điểm của doanh nghiệp	3	3		6	
5	Những chiến lược hoạch định tổng hợp	4	4		8	
6	Lập lịch trình sản xuất	8	8		16	
7	Quản trị hàng tồn kho	5	5		10	

8	Hoạch định nhu cầu vật tư	6	6		12	
9	Lý thuyết xếp hàng	6	6		12	
10	Bố trí mặt bằng	6	6		12	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1: NHẬP MÔN VỀ QUẢN TRỊ SẢN XUẤT VÀ DỊCH VỤ.

1.1 Một số khái niệm.
1.2 Lịch sử phát triển của lý thuyết quản trị sản xuất và dịch vụ.
1.3 Vấn đề năng xuất trong quản trị sản xuất và dịch vụ.
1.4 Vấn đề lựa chọn chiến lược trong quản trị sản xuất và dịch vụ.
1.5 Nội dung quản trị dịch vụ và sản xuất

CHƯƠNG 2: DỰ BÁO.

2.1 Các loại dự báo.
2.2 Các nhân tố tác động đến dự báo nhu cầu.
2.3 Tác động của chu kỳ sống của sản phẩm đối với dự báo.
2.4 Các phương pháp dự báo nhu cầu.
2.5 Giám sát và kiểm soát dự báo.

CHƯƠNG 3: QUYẾT ĐỊNH VỀ SẢN PHẨM, DỊCH VỤ, CÔNG SUẤT, CÔNG NGHỆ VÀ THIẾT BỊ.

3.1 Quyết định về sản phẩm, dịch vụ.
3.2 Quyết định về công nghệ.
3.3 Quyết định về công suất.
3.4 Quyết định về thiết bị.

CHƯƠNG 4: XÁC ĐỊNH ĐỊA ĐIỂM CỦA DOANH NGHIỆP.

4.1 Các bước tiến hành chọn địa điểm.
4.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến việc chọn địa điểm.
4.3 Các phương pháp xác định địa điểm.

CHƯƠNG 5: NHỮNG CHIẾN LƯỢC HOẠCH ĐỊNH TỔNG HỢP.

5.1 Quá trình hoạch định tổng hợp.
5.2 Các phương pháp hoạch định tổng hợp.

CHƯƠNG 6: LẬP TRÌNH SẢN XUẤT.
6.1 Sắp xếp thứ tự tối ưu trong sản xuất dịch vụ.
6.2 Phương pháp phân công công việc cho các máy.
6.3 Phương pháp sơ đồ GANTT.
6.4 Phương pháp sơ đồ PERT.
6.5 Sơ đồ PERT vẽ theo tỷ lệ và theo phương nằm ngang.

CHƯƠNG 7: QUẢN TRỊ HÀNG TỒN KHO.
7.1 Những khái niệm liên quan đến quản trị tồn kho.
7.2 Những mô hình tồn kho.
7.3 Đo lường, đánh giá hiệu quả tồn kho.

CHƯƠNG 8: HOẠCH ĐỊNH NHU CẦU VẬT TƯ.
8.1 Các yêu cầu của mô hình tồn kho đối với các mặt hàng phụ thuộc trong lĩnh vực sản xuất.
8.2 Hệ thống hoạch định nhu cầu vật liệu.
8.3 Kỹ thuật xác định kích thước lô hàng.

CHƯƠNG 9: LÝ THUYẾT XẾP HÀNG VÀ ỨNG DỤNG TRONG CÁC DOANH NGHIỆP DỊCH VỤ.
9.1 Tầm quan trọng của lý thuyết xếp hàng đối với các doanh nghiệp dịch vụ.
9.2 Đặc điểm của hệ thống dịch dụ.
9.3 Các mô hình xếp hàng.

CHƯƠNG 10: BỐ TRÍ MẶT BẰNG.
10.1 Khái quát về chiến lược bố trí mặt bằng.
10.2 Các loại chiến lược bố trí mặt bằng.

1. Tên học phần : MARKETING DỊCH VỤ

2. Mã học phần : 3107083029

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Cho sinh viên thứ 3

5. Phân bố thời gian

- Lên lớp : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không

7. Mục tiêu của học phần

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng nắm bắt các khái niệm cơ bản về marketing dịch vụ .

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phản ứng của người tiêu dùng và doanh nghiệp trước các tác nhân kích thích của môi trường và marketing.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp những hiểu biết và kiến thức về những nguyên lý marketing dịch vụ và sự vận dụng chúng vào thực tiễn doanh nghiệp và nghiên cứu marketing, môi trường marketing và thị trường các doanh nghiệp; Nhận dạng nhu cầu và hành vi khách hàng; phương pháp luận nghiên cứu marketing và và nguyên lý ứng xử của doanh nghiệp với thị trường, gồm: các chiến lược thị trường, các chính sách marketing dịch vụ và tổ chức quản trị marketing của doanh nghiệp

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

- [1] PGS.TS Lưu Văn Nghiêm (dịch giả), Giáo trình Marketing dịch vụ, NXB Đại Học Kinh Tế Quốc Dân, 2008.

- Tài liệu tham khảo:

- [1] Christopher H Lovelock & Jochen Wirtz (2010), Services Marketing: People, Technology, Strategy 7e., Prentice Hall.
- [2] Valarie A.Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler (2006), Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 4e. McGraw-Hill.
- [3] Các tài liệu trên internet, báo đài và phương tiện thông tin đại chúng.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12.Thang điểm thi: Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	TỔNG QUAN DỊCH VỤ VÀ MARKETING DỊCH VỤ	1	1		2	
2	XÂY DỰNG MỤC TIÊU DỊCH VỤ CÓ HIỆU QUẢ	2	2		4	
3	ĐỊNH VỊ DỊCH VỤ CỦA DOANH NGHIỆP	3	3		6	
4	LÝ THUYẾT VAI TRÒ TRONG GIAO TIẾP CÁ NHÂN DỊCH VỤ	8	8		16	

5	KIỂM SOÁT HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP CÁ NHÂN DỊCH VỤ, CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ	8	8		16	
6	KHÁCH HÀNG VỚI NĂNG XUẤT – CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ, ĐỊNH HƯỚNG MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ	9	9		18	
7	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TRONG DOANH NGHIỆP	3	3		6	
8	NGUY CƠ TIỀM ẨN TRONG PHÁT TRIỂN VÀ QUẢN LÝ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN	3	3		6	
9	ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC KÊNH MỚI CHO DỊCH VỤ	3	3		6	
10	MARKETING HỖN HỢP DỊCH VỤ	3	3		6	
11	ĐỔI MỚI TỔ CHỨC THỰC HIỆN MARKETING TRONG DOANH NGHIỆP DỊCH VỤ	2	2		4	
Tổng cộng		**45**	**45**		**90**	

1. TỔNG QUAN DỊCH VỤ VÀ MARKETING DỊCH VỤ

1.1 Khái quát về dịch vụ

1.1.1. Bản chất của dịch vụ

1.2.2. Hệ thống sản xuất cung ứng dịch vụ

1.3.3. Phân loại dịch vụ

1.2 Bản chất của marketing dịch vụ

1.2.1. Nhận thức về Marketing dịch vụ

1.2.2.Bản chất hoạt động của Marketing dịch vụ

1.2.3. Thị trường hoạt động Marketing dịch vụ

2. XÂY DỰNG MỤC TIÊU DỊCH VỤ CÓ HIỆU QUẢ

2.1 Bản chất của mục tiêu dịch vụ

2.1.1. Mục tiêu dịch vụ

2.1.2.Bản chất của mục tiêu

2.2 Phương hướng mục tiêu dịch vụ

2.2.1 Những bộ phận cấu thành cơ bản

2.2.2.Một số ví dụ về phương hướng mục tiêu

2.2.3. Mức độ phức tạp

2.2.4. Các cấp độ của phương hướng mục tiêu

2.2.5. Xây dựng mục tiêu dịch vụ

2.2.6. Tuyên truyền phương hướng mục tiêu

2.2.7. Mục tiêu có thể thực hiện

3. ĐỊNH VỊ DỊCH VỤ CỦA DOANH NGHIỆP

3.1. Khái niệm và thực hiện sự khác biệt dịch vụ

3.1.1 Thực hiện sự khác biệt các thuộc tính cạnh tranh

3.2. Mối quan hệ giữa định vị – dịch vụ – cấu trúc

3.2.1. Định vị và dịch vụ

3.2.2. Định vị và cấu trúc dịch vụ

3.2.3 Hướng thay đổi cấu trúc để xác định vị trí

3.2.4. Những yếu tố chi phối cấu trúc trong chiến lược định vị

3.3. Quá trình xác định vị trí dịch vụ

3.3.1. Quyết định mức định vị

3.3.2. Nhận biết đặc điểm chủ yếu của thị trường mục tiêu

3.3.3. Bố trí các đặc tính trên bản đồ định vị

3.3.4. Đánh giá vị trí được lựa chọn

3.3.5. Xem xét vị trí có triển vọng lựa chọn

3.3.6. Thực hiện xác định vị trí dịch vụ

4. LÝ THUYẾT VAI TRÒ TRONG GIAO TIẾP CÁ NHÂN DỊCH VỤ

4.1. Vai trò quan trọng nhiều mặt của giao tiếp cá nhân dịch vụ

4.2. Kịch bản dịch vụ

4.3. Khả năng dự đoán và cá nhân hoá dịch vụ

4.4. Những vấn đề gắn với Marketing

4.5. Những định hướng tương lai

5. KIỂM SOÁT HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP CÁ NHÂN DỊCH VỤ, CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

5.1 Kiểm soát hoạt động giao tiếp cá nhân (chuyển giao) dịch vụ
5.1.1 Khái quát về kiểm soát
5.1.2. Kiểm soát trong giao tiếp cá nhân dịch vụ
5.1.3. Giao tiếp cá nhân dịch vụ, cuộc chiến từ ba phía
5.1.4. Kiểm soát đạt được như một công cụ quản lý
5.2. Chất lượng dịch vụ
5.2.1. Nhận thức chung về chất lượng dịch vụ
5.2.2. Năm khoảng cách nhận thức chất lượng dịch vụ
5.2.3. Những yếu tố cơ bản quyết định chất lượng dịch vụ

6. KHÁCH HÀNG VỚI NĂNG SUẤT – CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ, ĐỊNH HƯỚNG MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ

6.1. Khách hàng với năng xuất – chất lượng dịch vụ
6.1.1 Khách hàng với năng xuất dịch vụ
6.1.2. Hướng tới dịch vụ chất lương cao
6.2. Định hướng mô hình phát triển dịch vụ
6.2.1. Những vấn đề tăng lợi nhuận
6.2.2. Quốc tế hoá
6.2.3. Giấy phép độc quyền và mô hình đa khu vực

7. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TRONG DOANH NGHIỆP

7.1 Tình huống dịch vụ
7.1.1 Chuyên môn hoá và tiêu chuẩn hóa
7.1.2. Những vấn đề kiểm soát chất lượng
7.1.3. Phát triển đa khu vực, đa dịch vụ (phát triển đoạn)
7.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu lợi nhuận
7.2 Trình tự các chiến lược tăng trưởng của công ty dịch vụ
7.2.1. Những kinh nghiệm thông thường (các thông lệ)
7.2.2. Những đặc điểm riêng trong công việc mở rộng thị trường của hãng dịch vụ
7.2.3. Đánh giá rủi ro khi trình tự thay đổi
7.2.4. Những vấn đề quy tụ

8. NGUY CƠ TIỀM ẨN TRONG PHÁT TRIỂN VÀ QUẢN LÝ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN

8.1. Những nguy cơ tiềm ẩn trong sự phát triển
8.1.1 Nguy cơ trong tăng trưởng của dịch vụ ăn uống
8.1.2 Nguyên nhân và hướng giải quyết
8.1.3 Những bài học kinh nghiệm
8.2. Quản lý chiến lược phát triển
8.2.1 Sự lựa chọn mô hình đa khu vực – đa dịch vụ
8.2.2 Phương thức dịch vụ mới
8.2.3 Bốn chiến lược phát triển dịch vụ

9. ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC KÊNH MỚI CHO DỊCH VỤ
9.1. Đặc điểm dịch vụ chi phối chiến lược kênh
9.2 Khái quát về kênh phân phối dịch vụ
9.3 Định hướng chiến lược kênh trong Marketing đa chiều
9.4 Quyền lực, xung đột và sự liên kết
9.5 Quản trị xung đột
9.6 Thiết kế kênh phân phối

10. MARKETING DỊCH VỤ
10.1 Sản phẩm dịch vụ
10.2 Xác định giá dịch vụ
10.2.1 Một số nguyên tắc xác định giá (phí) trong dịch vụ
10.2.2 Những quyết định về giá (phí) trong dịch vụ
10.2.3 Một số phương pháp định giá
10.3. Hệ thống phân phối
10.4 Hoạt động giao tiếp dịch vụ
10.5 Yếu tố con người trong dịch vụ
10.6 Quá trình dịch vụ
10.7 Dịch vụ khách hàng

11. ĐỔI MỚI TỔ CHỨC THỰC HIỆN MARKETING TRONG DOANH NGHIỆP DỊCH VỤ
11.1 Những vấn đề về cấu trúc tổ chức
11.2 Những căn cứ xây dựng tổ chức Marketing trong dịch vụ
11.3 Những cấu trúc tổ chức Marketing định hướng khách hàng

1. Tên học phần : MARKETING ĐIỆN TỬ
2. Mã học phần : 3107082026
3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)
4. Trình độ : Dành cho sinh viên năm thứ 3
5. Phân bổ thời gian :
- Lý thuyết : 45 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết.
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 90 tiết

6. Điều kiện tiên quyết : không
7. Mục tiêu của học phần:

Môn học thay đổi hệ tư tưởng cũ về marketing, cung cấp cho sinh viên một cái nhìn mới về marketing trong thời hiện đại với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ Internet. Ngoài việc cung cấp những hiểu biết về marketing điện tử, môn học chú trọng đến việc giúp sinh viên hình thành được khả năng thiết lập kế hoạch và triển khai marketing điện tử cho các cá nhân, tổ chức trong thực tế.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Môn học gồm 4 phần:
- Phần I giới thiệu khái niệm và sự cần thiết của E-marketing, mối quan hệ giữa E-business và E-marketing, hành vi của khách hàng trực tuyến và các vấn đề về nghiên cứu E-marketing.
- Phần II giới thiệu môi trường marketing bao gồm một số vấn đề về thị trường toàn cầu, tính đạo đức và pháp lý có ảnh hưởng đến việc thực hiện E-marketing.
- Phần III cung cấp kiến thức tổng quát về việc lập một kế hoạch marketing.
- Phần IV giới thiệu các công cụ và kênh truyền thông dùng để triển khai kế hoạch E-marketing.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

Dự lớp: trên 70%
Bài tập: Trên lớp và ở nhà.
Khác: Theo yêu cầu của giảng viên.

10. Tài liệu học tập :

- ***Sách, giáo trình chính***:
- [1] Judy Strauss, Raymond Frost, E-marketing, 7th Ed., Prentice Hall, 2013.
- ***Tài liệu tham khảo:***
- [1] Judy Strauss, Raymond Frost, E-marketing, 6th Ed., Pearson, 2011.

- [2] Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Richard Mayer, Kevin Johnston, Internet Marketing (Strategy, Implementation and Practice), Third Edition.
- [3] Seth Godin, Permission marketing, Pocket Books, 2007.
- [4] Dave Chaffey, PR Smith, E-marketing excellence: planning and optimizing your digital marketing , 3nd Ed.,Butterworth - Heinemann, 2008.
- [5] Nguyễn Trung Toàn (chủ biên), *Khái quát thương mại điện tử*, Nxb Lao động, Hà Nội, 2007
- [6] Nguyễn Trung Toàn (chủ biên), *Các phương thức kinh doanh têrn Internet*, Nxb Lao động, Hà Nội, 2007
- [7] TS Nguyễn Văn Sơn, TS Nguyễn Đức Trí, TS Ngô Thị Ngọc Huyền, *Hỏi và đáp về thương mại điện tử*, Nxb Thống kê, Hà Nội, 2001
- [8] Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông, *Kinh tế Internet*, Nxb Bưu điện, Hà Nội, 2000
- [9] Tilde Group, *Be Competent in eBusiness, eBanking and eCommerce*, 2004
- [10] *Internet Economics Guide*, Pearson Education Australia, 2001
- [11] *Internet Finance Guide*, Pearson Education Australia, 2001
- [12] David Kosiur, Understanding Electronic Commerce, Microsoft Press, Washington, 1997
- [13] Simson Garfinkel, Web Security & Commerce, O'Reilly & Associates, America, 1997
- [13] Một số tài liệu tham khảo khác thu thập trên Internet.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi : Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lí thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Chương 1: Giới thiệu E-marketing	5	5		10	
2	Chương 2: Hành vi khách hàng trực tuyến	5	5		10	
3	Chương 3: Nghiên cứu E-marketing	5	5		10	

4	Chương 4: Thị trường toàn cầu	5	5		10	
5	Chương 5: Các vấn đề đạo đức và pháp lý	5	5		10	
6	Chương 6: Kế hoạch E-marketing	5	5		10	
7	Chương 7: Các yếu tố cấu thành nên kế hoạch E-marketing	5	5		10	
8	Chương 8: Giới thiệu E-tools	5	5		10	
9	Chương 9: Các kênh truyền thông kĩ thuật số của E-marketing	5	5		10	
Tổng		**45**	**45**		**90**	

Phần I: Tổng quan về E-marketing

Chương 1: Giới thiệu E-marketing

1.1 Quá khứ, hiện tại và tương lai của marketing
Tham khảo: [2]
1.2 Khái niệm E-marketing
1.3 Mối quan hệ giữa E-business và E-marketing
Chương 2: Hành vi khách hàng trực tuyến
Tham khảo [3]
2.1 Số lượng khách hàng trực tuyến
2.2 Những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng trực tuyến

Chương 3: Nghiên cứu E-marketing

3.1 3 Nguồn dữ liệu chính các nhà E-maketers sử dụng để nghiên cứu các vấn đề
3.1.1 Sổ sách nội bộ
3.1.2 Dữ liệu thứ cấp
3.1.3 Dữ liệu sơ cấp
3.2 Vai trò của Internet trong nghiên cứu E-marketing
3.3 Quản lý chất lượng dữ liệu tổng hợp từ trực tuyến
3.3.1 Tại sao cần quản lý
3.3.2 Một số cách thức quản lý trang Web để thu thập thông tin như mong muốn
3.4 Phân tích và phân phối dữ liệu
3.5 Quản lý tri thức marketing
3.5.1 Quản lý tri thức marketing là gì
3.5.2 Hệ thống thông tin marketing điện tử (MIS)
3.6 Thuận lợi và khó khăn của việc nghiên cứu trực tuyến

Phần II: Môi trường E-marketing
Chương 4: Thị trường toàn cầu
4.1 Các nước phát triển và sự nổi lên của nền kinh tế trực tuyến
4.2 Trung quốc: Tại sao lại là cơ hội lớn cho thị trường điện tử
Thực hiện case study ở mục này.
Chương 5: Các vấn đề đạo đức và pháp lý
5.1 Các vấn đề đạo đức và pháp lý
5.2 Bảo mật trong bối cảnh kĩ thuật số
5.3 Tài sản kĩ thuật số
5.4 Tự do diễn đạt trực tuyến
Phần III: Lập kế hoạch E-marketing
Tham khảo [3]
Chương 6: Kế hoạch E-marketing
6.1 Kế hoạch E-marketing là gì?
6.2 Bảy bước lập kế hoạch E-marketing
6.3 Một ví dụ mẫu về kế hoạch E-marketing
Chương 7: Các yếu tố cấu thành nên kế hoạch E-marketing
7.1 Chiến lược phân khúc và xác định thị thường mục tiêu
7.1.1 Các loại phân khúc thị trường trong kinh doanh điện tử
7.1.2 Tiếp cận khách hàng trực tuyến
7.2 Chiến lược khác biệt hóa và định vị sản phẩm
7.2.1 Các tiêu chí tạo nên sự khác biệt
7.2.2 Nền tảng và chiến lược cho việc định vị sản phẩm
7.3 Thứ tự ưu tiên thị trường tài nguyên Internet
7.4 Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) và kiểm soát tài chính
Tham khảo [3]
7.4.1 Định nghĩa quan hệ khách hàng
7.4.2 Stakeholders
7.4.3 Quản lý quan hệ khách hàng CRM
7.4.4 Khung xây dựng quản lý quan hệ khách hàng
7.4.5 Cân nhắc chi phí và lợi ích
7.5 Chiến lược phát triển thị trường và sản phẩm
7.6 E-marketing mix
7.6.1 Product (Sản phẩm)
7.6.1.1 Sản phẩm trực tuyến
7.6.1.2 Tạo dựng giá trị khách hàng
7.6.1.3 Những lợi ích trực tuyến
7.6.1.4 Phát triển toàn diện sản phẩm trực tuyến
7.6.1.5 Các xu hướng sản phẩm mới
7.6.2 Price (Giá)
7.6.2.1 Triển vọng người mua và người bán

7.6.2.2 Chiến lược giá
7.6.3 Place (Kênh phân phối)
7.6.3.1 Tổng quan kênh phân phối
7.6.3.2 Phân loại các thành viên của kênh phân phối trực tuyến
7.6.3.3 Đo lường kênh phân phối
7.6.4 Promotion
7.7 Tái cấu trúc tổ chức
7.8 Thay đổi cấu trúc kênh thông tin liên lạc
7.9 Đo lường kế hoạch E-marketing
Sinh viên về tự tìm hiểu mục này

Phần IV: Triển khai kế hoạch E-marketing

Chương 8: Giới thiệu E-tools

Tham khảo [3]
8.1 E-tools là gì?
8.2 Sự phát triển của công nghệ và tác động đến khách hàng

Chương 9: Các kênh truyền thông kĩ thuật số của E-marketing

Tham khảo và cập nhật thông tin tại website của Dave Chaffey: www.davechaffey.com
9.1 Search engine marketing
9.2 Online PR
9.3 Online partnerships
9.4 Interactive ads
9.5 Opt-in e-mail
9.6 Viral marketing
9.7 Social Media

1. Tên học phần : QUAN HỆ CÔNG CHÚNG
2. Mã học phần : 3107082019
3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)
4. Trình độ : Cho sinh viên năm thứ 3
5. Phân bổ thời gian :
- Lý thuyết : 45
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0
- Tự học : 90

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng hiểu biết cơ bản những kiến thức về hoạt động Quan hệ công chúng là một trong năm công cụ của hoạt động chiêu thị (Promotions)

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Hoạt động quan hệ công chúng là một hoạt động mang tính chất cộng đồng, hướng về cộng đồng. Học phần Quan hệ công chúng bao gồm các nội dung liên quan đến nguồn gốc lịch sử hình thành của hoạt động quan hệ công chúng (Public Relation - PR), lợi ích của PR và những nội dung khác liên quan đến việc triển khai thực hiện PR.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính:

- [1] Ngô Minh Cách & Đào Thị Minh Thanh, Giáo trình Quan hệ công chúng. NXB Tài Chính 2015.

- Tài liệu tham khảo:

- [2] Alries&Lauraries "Quảng cáo thoái vị & PR lên ngôi" - NXB Trẻ 2002

- [3] Thế Văn "Giành lấy khách hàng lớn" NXB Từ điển Bách Khoa - 2005 - Simson Garfinkel, Web Security & Commerce, O'Reilly & Associates, America, 1997
- [4] Fraser P. Seitel, The Practice of Public Relations, 9th edition, Prentice Hall, 2004. http://www.prsa.org/.
- [5] Frank Jefkins, Phá vỡ bí ẩn PR, NXB Trẻ, 2003 – Al Ries & Laura Ries, Quảng cáo thoái vị và PR lên ngôi, NXB Trẻ, 2007
- [6] Gerry Mc. Cusker, Nguyên nhân & bài học từ những thất bại PR nổi tiếng thế giới, NXB Trẻ, 2007 – http://www.prvietnam.net/
- [7] Allen H. Center and Patrick Jackson, Public Relations Practices, 6th edition, Prentice Hall, 2003
- [8] Một số tài liệu tham khảo khác thu thập trên Internet http://www.prsa.org/.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi : Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Tổng quan về hoạt động quan hệ công chúng (Public elation)	2	2		4	
2	Lợi ích của PR trong hoạt động kinh doanh của DN	8	8		16	
3	Thiết kế chương trình PR	13	13		26	
4	Doanh nghiệp Việt Nam với PR	11	11		22	

5	Hoạch định chiến lược PR	11	11		22	
	TỔNG CỘNG	**45**	**45**		**90**	

Chương 1 : TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG PUBLIC RELATION (PR)

1. Lịch sử hình thành và phát triển của PR
1.1. Khái niệm
1.2 Lịch sử hình thành
1.3. Quá trình phát triển
2. Vai trò của PR trong hoạt động kinh doanh
2.1. Đối với hoạt động kinh doanh của DN
2.2. Đối với cộng đồng, xã hội.
3. Các hoạt động của PR
3.1 Hoạt động đối nội
3.2 Hoạt động đối ngoại
- Tài trợ
- Tham gia chương trình cộng đồng
- Tạo sự kiện
- Giải quyết sự cố

Chương 2 : LỢI ÍCH CỦA HOẠT ĐỘNG PR TRONG HĐKD CỦA DN

1. Hoạt động kinh doanh của DN
2. Chiến lược marketing - mix
2.1. Chính sách sản phẩm
2.2 Chính sách giá
2.3 Chính sách phân phối
2.4 Chính sách chiêu thị
2.1.1 Quảng cáo
2.1.2 Khuyến mại
21.3 Bán hàng cá nhân
2.1.4 Marketing trực tiếp
2.1.5 Quan hệ công chúng
3. Hoạt động quảng cáo và khuyến mại

4.Lợi ích của hoạt động PR đối với DN

Chương 3 : THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH PR

1. Hoạch định, thiết kế chương trình PR

1.1 Hoạch định

1.2 Thiết kế

- Nhân sự
- Kịch bản
- Yếu nhân
- Không gian
- Thời gian

2. Dự toán chương trình PR

3. Các nguồn tài trợ cho chương trình PR

Chương 4 : DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VỚI PR

1. Doanh nghiệp Việt Nam

1.1 Các loại hình doanh nghiệp VN

1.2 Nhận thức của DN VN hiện nay đối với PR

2. Những thách thức của doanh nghiệp VN hiện nay.

2.1 Xu thế hội nhập toàn cầu

2.2 Thách thức và cơ hội đối với DN khi Việt Nam gia nhập WTO

2.3 Quản lý hiện đại.

3. Hoạt động PR của một số doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

Chương 5 : Hoạch định chiến lược PR

1. Tầm nhìn chiến lược

2. Hoạch định chiến lược PR

2.1 Cơ sở để hoạch định

2.2 Quá trình hoạch định

3 Những khó khăn và thuận lợi khi hoạch định

3.1 Thuận lợi

3.2 Khó khăn

1. Tên học phần : ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

2. Mã học phần : 3107083099

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Cho sinh viên năm thứ 3

5. Phân bổ thời gian :

- Lý thuyết : 45
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0
- Tự học : 90

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần:

Môn học này làm cho SV hiểu được sức mạnh thật sự của quản lyù có đạo đức trong các cơ quan công quyền, DN,… nhằm giúp SV có thể tạo ra một sự khác biệt trong cuộc sống của các cớ quan công quyền, DN,... mà họ sẽ quản lyù trong tương lai. Cụ thể:

1. Hiểu được vai trò của đạo đức trong việc quản trị trong các cơ quan công quyền, DN…

2. Trình bày các khái niệm, trường phái đạo đức kinh doanh (KD) trên thế giới.

3. Giới thiệu một số hành động có đạo đức trong quản trị. 4. Tìm hiểu về một số vấn đề đạo đức trong KD...

7. Mô tả vắn tắt nội dung học phần :

Môn học này thảo luận và đánh giá trách nhiệm đạo đức của các nhà quản lý và các cơ quan công quyền, doanh nghiệp (DN)... Môn học sẽ giúp sinh viên (SV) khám phá những vấn đề thực tiễn trong quan điểm quản trị cũng như quan điểm đa dạng khác, và phân tích những xung đột phức tạp và vấn đề khó xử, thông qua các nghiên cứu tình huống. SV tiếp cận được các phạm trù đạo đức trong môi trường cạnh tranh cua thời hội nhập. Môn học này cần trang bị cho SV tất cả các ngành và các hệ. SV vừa học lý thuyết trên lớp, vừa đi thực tế tại các cơ quan công quyền, DN,… để viết báo cáo môn học (BCMH) theo nhóm.

.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*

- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính:

- [1] Laura P. Hartman, Joe Desjardins Đạo Đức Kinh Doanh (Business Ethics), Nhóm Dịch Thuật DTU, Nxb Tổng hợp TP.HCM 2011.

- Tài liệu tham khảo:

- [2] Joseph W. Weiss, Business Ethics, Thomson, 2006.
- [3] Nguyễn Ngọc Long (Chủ biên). Đạo đức học. Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội 2004.
- [4] G. Bandzeladze. Đạo đức học. Nxb Giáo dục 1985.
- [5]- Trần Hậu Kiêm (Chủ biên). Các dạng đạo đức xã hội. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội 1993.
- [6] Từ điển triết học. Nxb Tiến bộ Mátxcơva, Nxb Sự Thật 1986.
- [7] Cung Kim Tiến. Từ điển triết học. Nxb Văn hoá, Thông tin 2004.
- [8] Trần Văn Giàu. Giá trị tinh thần truyền thống của dân tộc Việt Nam. Nxb TP. HCM 1996.
- [9] Trần Hậu Kiêm (Chủ biên). Đạo đức học. Nxb Giáo dục 2002.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi : Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	Chương 1: Môi trường kinh doanh thay đổi và quản trị đối tác	7	7		14	

2	Chương 2: Phương pháp quản trị các vấn đề và đối tác	6	6		12	
3	Chương 3: Hướng dẫn ra quyết định, thử nghiệm nhanh và nguyên tắc đạo đức (xử thế)	6	6		12	
4	Chương 4: Quản trị trách nhiệm đạo đức: từ ban giám đốc tới thương trường	6	6		12	
5	Chương 5: Doanh nghiệp và đối tác bên trong: sự lãnh đạo tinh thần dựa vào giá trị, văn hóa, chiến lược và tự điều chỉnh	6	6		12	
6	Chương 6: Nhân viên và doanh nghiệp	6	6		12	
7	Chương 7: Đạo đức kinh doanh và quản trị đối tác trong môi trường toàn cầu	8	8		16	
	TỔNG CỘNG	**45**	**45**		**90**	

Chương 1: Môi trường kinh doanh thay đổi và quản trị đối tác

1. Đạo đức kinh doanh và môi trường thay đổi
2. Các mức độ của đạo đức kinh doanh
3. Tại sao sử dụng lập luận đạo đức trong kinh doanh?

Chương 2: Phương pháp quản trị các vấn đề và đối tác

1. Tại sao sử dụng phương pháp quản trị đối tác trong đạo đức kinh doanh?
2. Thực hiện phân tích đối tác
3. Tiếp cận đối tác và lập luận đạo đức
4. Quản trị các vấn đề

Chương 3: Hướng dẫn ra quyết định, thử nghiệm nhanh và nguyên tắc đạo đức (xử thế)

1. Tiêu chuẩn đạo đức, sáng tạo có đạo đức và lập luận đạo đức
2. Thuyết vị lợi
3. Thuyết phổ độ

4. Quyền lợi
5. Pháp luật
6. Đức hạnh
7. Quản trị đạo đức, đạo đức đồi bại và phi luân lý
8. Các phong cách ra quyết định có đạo đức mang tính cá nhân
9. Các thử nghiệm đạo đức nhanh

Chương 4: Quản trị trách nhiệm đạo đức: từ ban giám đốc tới thương trường

1. Quản trị trách nhiệm doanh nghiệp
2. Quản trị trách nhiệm doanh nghiệp với đối tác bên ngoài
3. Quản trị môi trường pháp luật
4. Quản trị các vấn đề bên ngoài, xung đột và khủng hoảng
5. Trách nhiệm doanh nghiệp hướng tới người tiêu dùng
6. Trách nhiệm doanh nghiệp trong quảng cáo, an toàn sản phẩm và pháp luật
7. Trách nhiệm doanh nghiệp và môi trường

Chương 5: Doanh nghiệp và đối tác bên trong: sự lãnh đạo tinh thần dựa vào giá trị, văn hóa, chiến lược và tự điều chỉnh

1. Quản trị đối tác và sự lãnh đạo
2. Quản trị đối tác và văn hóa doanh nghiệp
3. Lãnh đạo và quản trị chiến lược và cơ cấu
4. Lãnh đạo và cân bằng các giá trị của đối tác bên trong doanh nghiệp
5. Chương trình đạo đức và tự điều chỉnh doanh nghiệp

Chương 6: Nhân viên và doanh nghiệp

1. Nhân lực trong thế kỷ 21
2. Quyền lợi của nhân viên và trách nhiệm của chủ doanh nghiệp
3. Hành động khẳng định, cơ hội việc làm công bằng và phân biệt đối xử
4. Quấy rối tình dục trong công sở
5. "Nhảy cóc" chống lại lòng trung thành với doanh nghiệp

Chương 7: Đạo đức kinh doanh và quản trị đối tác trong môi trường toàn cầu

1. Toàn cầu hóa và kinh tế toàn cầu được kết nối
2. Các vấn đề trong toàn cầu hóa
3. Các phương pháp thương lượng và ra quyết định đạo đức liên văn hóa

1. Tên học phần : QUẢN TRỊ TÀI NGUYÊN NHÂN SỰ

2. Mã học phần : 3107083028

3. Số tín chỉ : 3 (3,0,6)

4. Trình độ : Cho sinh viên năm thứ 3

5. Phân bổ thời gian :

- Lý thuyết : 45
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0
- Tự học : 90

6. Điều kiện tiên quyết : Không

7. Mục tiêu của học phần:

+ Nâng cao kiến thức quản trị/quản lý cho một lĩnh vực cụ thể: nguồn nhân lực;
+ Áp dụng kiến thức để sử dụng nguồn nhân lực hiệu quả trong một tổ chức;
+ Nhận biết các kỹ thuật, phương pháp quản trị hiện đại trong quản lý nguồn nhân lực hiện nay.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần

Môn học giới thiệu các chức năng quản trị tài nguyên nhân sự nhằm cung cấp cho sinh viên các kiến thức cần thiết để quản lý con người trong doanh nghiệp hiệu quả, bao gồm bốn lĩnh vực chủ yếu: hoạch định nguồn nhân lực, thu hút và tuyển chọn, đào tạo và phát triển, và duy trì – quản lý. Bên cạnh đó, sinh viên được trao dồi các kỹ năng quản lý như phân tích công việc, đánh giá kết quả làm việc, phỏng vấn ứng viên… Hoàn tất môn học, sinh viên sẽ có đủ khả năng dự đoán và giải quyết các vấn đề liên quan đến sử dụng lao động trong một tổ chức.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Bài tập: trên lớp và ở nhà*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

10. Tài liệu học tập :

- Sách, giáo trình chính:

- [1] Nguyễn Hữu Thân, 2004, Quản Trị Nhân Sự, Nhà xuất bản Thống Kê, TP.HCM.

- Tài liệu tham khảo:

- [2] Trần Kim Dung, 2009, Quản Trị Nhân Sự, Nhà xuất bản Thống Kê, TP.HCM.

- [3] Chương trình phát triển dự án Mê Kông (MPDF), 2001, Phân tích công việc, NXB Trẻ, TP.HCM.

- [4] Chương trình phát triển dự án Mê Kông (MPDF), 2001, Hệ thống tiền lương-tiền công, NXB Trẻ, TP.HCM.

- [5] William B. Werther & Keith Davis, 2000, Human Resources and Personnel Management, 5th Ed, McGraw-Hill Inc, New York.

- [6] Bernardin H.John, 2006, Human Resource Management: An experiential approach, 4th ed, McGraw-Hill Inc, New York.

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên :

- *Dự lớp: trên 70%*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Kiểm tra thường xuyên*
- *Thi giữa học phần*
- *Thi kết thúc học phần.*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

12. Thang điểm thi : Theo qui chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết học phần :

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	CHƯƠNG 1: NHẬP MÔN QUẢN TRỊ TÀI NGUYÊN NHÂN SỰ	7	7		14	
2	CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC	6	6		12	
3	CHƯƠNG III: LẬP KẾ HOẠCH NHÂN SỰ	6	6		12	
4	CHƯƠNG IV: TUYỂN MỘ	6	6		12	
5	CHƯƠNG V: TUYỂN CHỌN	6	6		16	

6	CHƯƠNG VI: ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN	6	6		16	
7	CHƯƠNG VII: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC	4	4		8	
8	CHƯƠNG VIII: QUẢN TRỊ TIỀN CÔNG – TIỀN LƯƠNG VÀ PHỤ CẤP, ĐÃI NGỘ	4	4		8	
	TỔNG CỘNG	**45**	**45**		**90**	

CHƯƠNG 1: NHẬP MÔN QUẢN TRỊ NHÂN SỰ

1. QUẢN TRỊ NHÂN SỰ LÀ GÌ?
   - 1.1. Khái niệm
   - 1.2. Mục đích – Mục tiêu
   - 1.3. Phân biệt QTNS _ Quản trị
2. CÁC HOẠT ĐỘNG QTNS
3. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH VÀ QTNS
4. CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA BỘ PHẬN NHÂN SỰ
   - 4.1. Đối với doanh nghiệp nhỏ
   - 4.2. Đối với doanh nghiệp lớn
5. NHỮNG THÁCH ĐỐ HIỆN NAY VỚI NHÀ QUẢN TRỊ NHÂN SỰ
   - 5.1. Toàn cầu hóa
   - 5.2. Những biến động trong môi trường kinh doanh hiện đại
   - 5.3. Tiến bộ khoa học kỹ thuật
   - 5.4. Lực lượng lao động đa dạng

CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC

1. CÔNG VIỆC LÀ GÌ?
2. PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC
   - 2.1. Khái niệm
   - 2.2. Tầm quan trọng của phân tích công việc
   - 2.3. Ai tham gia vào công tác phân tích công việc
3. QUI TRÌNH PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC
   - 3.1. Sơ đồ qui trình phân tích công việc
   - 3.2. Các phương pháp sử dụng trong phân tích công việc
4. SẢN PHẨM PHÂN TÍCH CÔNG VIỆC
   - 4.1. Bảng mô tả công việc

4.2. Bảng yêu cầu chuyên môn công việc

CHƯƠNG III: LẬP KẾ HOẠCH NHÂN SỰ

1. HOẠCH ĐỊNH NGUỒN NHÂN LỰC
   1.1. Khái niệm
   1.2. Mục đích
   1.3. Tầm quan trọng
2. PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠCH ĐỊNH NHÂN SỰ
   2.1. Yếu tố vĩ mô
   2.2. Yếu tố vi mo
3. CÁC PHƯƠNG PHÁP DỰ BÁO TRONG HOẠCH ĐỊNH NHÂN SỰ
4. TIẾN TRÌNH HOẠCH ĐỊNH NHÂN SỰ

CHƯƠNG IV: TUYỂN MỘ

1. KHÁI NIỆM – MỤC TIÊU – LỢI ÍCH CỦA TUYỂN MỘ
2. SƠ ĐỒ TIẾN TRÌNH TUYỂN MỘ
3. PHÂN TÍCH CÁC BƯỚC TRONG QUÁ TRÌNH TUYỂN MỘ
4. CÁC GIẢI PHÁP KHÁC

CHƯƠNG V: TUYỂN CHỌN

1. KHÁI NIỆM
2. MỤC ĐÍCH VÀ MỤC TIÊU
3. QUI TRÌNH TUYỂN CHỌN
4. CÁC DẠNG PHỎNG VẤN VÀ TRẮC NGHIỆM
5. ĐÁNH GIÁ QUI TRÌNH TUYỂN CHỌN

CHƯƠNG VI: ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN

1. ĐỊNH NGHĨA ĐÀO TẠO – PHÁT TRIỂN
2. PHÁT TRIỂN CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
   2.1. Đánh giá nhu cầu đào tạo
   2.2. Nhận dạng mục tiêu đào tạo
   2.3. Nội dung đào tạo
3. CÁC PHƯƠNG THỨC ĐÀO TẠO
   3.1. Đào tạo tại nơi làm việc
   3.2. Đào tạo ngoài nơi làm việc
4. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ ĐÀO TẠO
   4.1. Lựa chọn tiêu chí đánh giá
   4.2. Hiệu suất
5. PHÁT TRIỂN NGHỀ NGHIỆP

CHƯƠNG VII: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC

1. KẾT QUẢ - HIỆU QUẢ CÔNG VIỆC LÀ GÌ?
2. KHÁI NIỆM ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ LÀM VIỆC

3. MỤC ĐÍCH
4. CÁC YẾU TỐ CỦA HỆ THỐNG ĐÁNH GIÁ
5. HỆ THỐNG THƯỚC ĐO DÙNG TRONG ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ LÀM VIỆC

CHƯƠNG VIII: QUẢN TRỊ TIỀN CÔNG – TIỀN LƯƠNG VÀ PHỤ CẤP, ĐÃI NGỘ

1. ĐỊNH NGHĨA TIỀN LƯƠNG
2. MỤC TIÊU QUẢN TRỊ TIỀN LƯƠNG
3. PHÂN BIỆT CÁC LOẠI TIỀN LƯƠNG
4. LƯƠNG CƠ BẢN VÀ PHÚC LỢI
   - 4.1. Lương cơ bản
   - 4.2. Phương thức trả lương truyền thống
   - 4.3. Vấn đề trả lương công bằng so với bên ngoài
   - 4.4. Khuynh hướng hiện nay trong quản trị tiền lương
   - 4.5. Chính phủ và vấn đề trả lương – trả công
   - 4.6. Năm phúc lợi dành cho nhân viên
5. TRẢ LƯỢNG THEO KẾT QUẢ CÔNG VIỆC (Pay for Performance – PPF)
6. CÁC HÌNH THỨC TRẢ LƯƠNG PHỔ BIẾN HIỆN NAY
7. THIẾT LẬP HỆ THỐNG TIỀN LƯƠNG

Chương 1: Môi trường kinh doanh thay đổi và quản trị đối tác

1. Đạo đức kinh doanh và môi trường thay đổi
2. Các mức độ của đạo đức kinh doanh
3. Tại sao sử dụng lập luận đạo đức trong kinh doanh?

1. Tên học phần : KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
2. Mã học phần : 3107083098
3. Số tín chỉ : 3 (0,6,6)
4. Trình độ : Sinh viên năm thứ 3
5. Phân bố thời gian :

- *Lên lớp : 0 tiết*
- *Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết*
- *Thực hành : 90 tiết*
- *Tự học : 90 tiết*

6. Điều kiện tiên quyết:
7. Mục tiêu của học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có khả năng tổng hợp kiến thức về chuyên ngành Quản trị Kinh Doanh. Đây là luận văn cần thiết cho sinh viên hoàn chỉnh kiến thức đã học.

8. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Luận văn chuyên ngành về một đề tài cụ thể bao gồm: phần mở đầu, phần tổng quan, những nghiên cứu thực nghiệm hoặc lý thuyết, đánh giá phân tích các kết quả và đưa ra kết luận cũng như các kiến nghị cần thiết.

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Tham dự học và thảo luận, kiểm tra, theo Qui định đào tạo cao đẳng hệ chính quy theo học chế tín chỉ tại trường Cao đẳng Kỹ thuật Lý Tự Trọng TP.HCM, Quyết định số: 1780/QĐ-LTT và quy chế hiện hành của nhà trường.

- *Dự lớp: theo yêu cầu của giảng viên*
- *Bài tập: theo yêu cầu của giảng viên*
- *Khác: theo yêu cầu của giảng viên*

Tài liệu học tập:

Sách giáo trình chính

[1] PGS.TS Đinh Phi Hổ, *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sĩ*, NXB Phương Đông, 2014.

Sách tham khảo

[1] Nguyễn Đình Thọ, G*iáo trình Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*, NXB Lao động Xã hội, 2013.

[2] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc. *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. TP.HCM. NXB Thống Kê, 2005.

[3] D. Cooper and P. Schindler (2013). *Business Research Methods* 12e. McGraw-Hill Education.

[4] William G. Zikmund, Barry J. Babin, Jon C. Carr, Mitch Griffin (2012), *Business Research Methods 9e*. South-Western College Pub.
[5] Darren George, Paul Mallery (2013). *IBM SPSS Statistics 21 Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 13e. Pearson Education In.
[6] Charles Lipson (2005). *How to Write a BA Thesis: A Practical Guide from Your First Ideas to Your Finished Paper*. University of Chicago Press.
[7] Rowena Murray (2011). *How to Write a Thesis (Open Up Study Skills)* 3e. Open University Press.

10.Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- *Dự lớp*
- *Thảo luận theo nhóm*
- *Tiểu luận: không*
- *Thi kết thúc học phần*
- *Khác: theo yêu cầu của giáo viên*

11. Thang điểm: Theo học chế tín chỉ

12. Nội dung chi tiết học phần:

TT	Nội dung	Số tiết	Phân bố thời gian			Ghi chú
			Lý thuyết	Thực hành	Tự học	
1	CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI.	9		18	18	
2	CHƯƠNG 2 : CƠ SỞ LÝ LUẬN.	9		18	18	
3	CHƯƠNG 3 : PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	9		18	18	
4	CHƯƠNG 4 : PHÂN TÍCH VÀ DIỄN GIẢI	9		18	18	
5	CHƯƠNG 5 : KẾT LUẬN VÀ GIẢI PHÁP	9		18	18	
	TỔNG	**45**		**90**	**90**	

CHƯƠNG 1 : GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI.

Trong chương này, sinh viên phải thực hiện các nội dung sau

1.1. Lý do chọn đề tài

Trong nội dung này, yêu cầu sinh viên trình bày ngắn gọn nội dung sau :
Sinh viên nêu tổng quan về vấn đề bất cập cần nghiên cứu hoặc sự quan trọng của đối tượng nghiên cứu từ đó cho thấy đề tài cần được thực hiện để giải quyết vấn đề.

1.2. Mục đích nghiên cứu.
1.3. Đối tượng nghiên cúu.
1.4. Phạm vi nghiên cứu.
1.5. Phương pháp nghiên cứu.
1.6. Bố cục đề tài.

Yêu Cầu :
Sinh viên trình bày các nội dung trên một cách rõ ràng. Các nội dung phải gắn với lý do nghiên cứu.

CHƯƠNG 2 : CƠ SỞ LÝ LUẬN.

Trong chương 2, sinh viên phải trình bày phần cơ sở lý luận để minh họa, giải thích cho phần xác định mô hình nghiên cứu ở chương 3 và phân tích thực trạng của chương 4.

Yêu cầu :

1. Sinh viên trình bày ngắn gọn những nội dung có liên quan đến phần phân tích thực trạng của đề tài. Những nội dung lý thuyết không liên quan đên phần phân tích thực trạng tuy có trong những giáo trình, tài liệu tham khảo của học phần cũng không nên trình bày vì điều này sẽ làm đề tài tăng số trang lên.
2. Trong chương 2, khuyến khích sinh viên nghiên cứu thêm các tài liệu khác để đưa ra những nội dung mới, quan điểm mới.

CHƯƠNG 3 : PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong chương 3, sinh viên thực hiện các nội dung sau :

3.1. Tổng quan tài liệu nghiên cứu :

Trong phần này, sinh viên phải trình bày rõ những tài liệu mà mình nghiên cứu để thực hiện đề tài. Trên cơ sở đó sinh viên đưa ra khung nghiên cứu hay tiến trình nghiên cứu cho đề tài của mình.

3.2. Tiến trình nghiên cứu

Phần này, sinh viên phải trình bày rõ tiến trình nghiên cứu qua mấy giai đoạn. Trình bày cụ thể, rõ ràng những giai đoạn, những bước thực hiện.

3.3. Đề xuất mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

3.4. Xây dựng thang đo và bảng câu hỏi

- Phỏng vấn chuyên gia, nghiên cứu lý thuyết...
- Nghiên cứu sơ bộ

3.5. Phương pháp thu thập thông tin

Trong nội dung này, sinh viên phải trình bày cụ thể cách thu thập thông tin thứ cấp và thông tin sơ cấp. Đối với việc thu thập thông tin sơ cấp qua bảng khảo sát điều tra cần phải trình bày cụ thể các nội dung sau :

Cách thức tiến hành :

Đối tượng được điều tra khảo sát, kích thước mẫu:

Phát phiếu điều tra khảo sát: (Số lượng phiếu, thời gian phát và thu thập phiếu, thời gian xử lý thông tin....)

3.6. Xác định nội dung phân tích và tính chính xác, độ tin cậy của dữ liệu (Xử lý thông tin)

Lý thuyết xử lý thông tin khảo sát (Tần suất (Frequency), Mô tả thống kê (Statistic), Giá trị trung bình (Mean), Tính chính xác, độ tin cậy (EFA, Cronbach Alpha), ANOVA, hồi quy…)

CHƯƠNG 4 : PHÂN TÍCH VÀ DIỄN GIẢI

4.1. Phân tích thông tin thứ cấp:

4.1.1. Giới thiệu tổng quan về địa bàn (công ty hay khu vực) liên quan đến đối tượng nghiên cứu

4.1.2. Phân tích và đánh giá thực trạng trong thời gian qua

4.2. Phân tích thông tin sơ cấp (bảng câu hỏi)

Sinh viên trình bày và phân tích các thông tin sau : (tùy theo hệ đào tạo đã được quy định ở trên)

- Tần suất (Frequency)
- Mô tả thống kê (Statistic)

- Giá trị trung bình (Mean)
- Đánh giá độ tin cậy, phân tích nhân tố (Cronbach Alpha, EFA)
- Hồi quy tuyến tính
- Kiểm định giả thuyết.

……..

Yêu cầu :

Trong quá trình phân tích, khi kết thúc một nội dung phân tích, sinh viên phải đưa ra nhận xét, đánh giá của mình.

CHƯƠNG 5 : KẾT LUẬN VÀ GIẢI PHÁP

Trong nội dung này, trên cơ sở phân tích các thông tin, số liệu ở chương 4, sinh viên phải đưa ra những kết luận đánh giá về thực trạng hoạt động của DN hay đề tài nghiên cứu. Căn cứ vào những kết luận nay và căn cứ vào định hướng phát triển (ở chương 1), mục tiêu kế hoạch những năm tới (nếu có) sinh viên sẽ đề xuất những giải pháp khả thi nhằm giúp cho hoạt động đang nghiên cứu được phát triển tốt hơn. Ngoài ra, sinh viên cũng có thể kiến nghị lên cấp chủ quản về những vấn đề đang gặp khó khăn, không thể tự giải quyết được.

Kết cấu của chương này như sau :

5.1. Kết luận chung về nghiên cứu (dựa theo kết quả nghiên cứu ở chương 4 để nhận xét và kết luận các yếu tố theo mô hình nghiên cứu ở chương 3)

5.1.1. Thuận lợi.

5.1.2. Khó khăn, hạn chế.

5.2. Mục tiêu phát triển

5.3. Đề xuất giải pháp.

5.4. Kiến nghị (nếu có).

Yêu cầu :

Các giải pháp phải ngắn gọn, súc tích, nội dung giải pháp, kiến nghị phải gắn với việc thực các mục tiêu phát triển của doanh nghiệp, gắn với các nội dung kết luận đánh gía ở mục 5.1.

KẾT LUẬN

Nhận xét về đề tài

Những khám phá sau khi nghiên cứu

Những hạn chế trong nghiên cứu và hướng nghiên cứu sắp tới (nếu có)

MỤC LỤC

NỘI DUNG **Trang**

1. Bối cảnh……1
2. Giới thiệu chương trình…….. 4
3. Mục tiêu chương trình…… 4
4. Định hướng nghề nghiệp của sinh viên tốt nghiệp…… 5
5. Chuẩn đầu ra của chương trình…… 6
6. Các điều kiện thực hiện chương trình…….. 12
7. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp…… 13
8. Thang điểm: Theo học chế tín chỉ…… 13
9. Nội dung chương trình đào tạo…… 13
10. Kế hoạch giảng dạy…….. 16
11. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các học phần ngành Quản trị Kinh doanh…….. 18
12. Hướng dẫn thực hiện chương trình…… 25
13. CHƯƠNG TRÌNH HỌC PHẦN CHI TIẾT…….... 27
13.1. LUẬT KINH DOANH.....27
13.2. LÝ THUYẾT TÀI CHÍNH TIỀN TỆ.....33
13.3. QUẢN TRỊ HỌC ..... ……37
13.4. KINH TẾ VI MÔ 45
13.5. NGUYÊN LÝ THỐNG KÊ KINH DOANH.....53
13.6 MARKETING CĂN BẢN.....56
13.7. NGUYÊN LÝ KẾ TOÁN 64
13.8. ĐỊA LÝ KINH TẾ VIỆT NAM.....69
13.9 QUẢN TRỊ DỰ ÁN ĐẦU TƯ.....84
13.10. TIN HỌC QUẢN LÝ 97
13.11. ANH VĂN…..101
13.12. ANH VĂN CHUYÊN NGÀNH 1 121
13.13. TOÁN CAO CẤP 1.....124
13.14. ANH VĂN CHUYÊN NGÀNH 2 144
13.15. QUẢN TRỊ BÁN HÀNG.....148
13.16. QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU 156

13.17. HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG 163
13.18. QUẢN TRỊ HÀNH CHÍNH VĂN PHÒNG 172
13.19. BÁO CÁO THUẾ 177
13.20. THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN 184
13.21. KỸ NĂNG GIAO TIẾP 188
13.22. GIAO TIẾP KINH DOANH 194
13.23. QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH.....202
13.24. QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG.....206
13.25. NGHIỆP VỤ NGOẠI THƯƠNG 212
13.26. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU TRONG KINH DOANH 217
13.27. QUẢN TRỊ ĐIỀU HÀNH.....222
13.28. MARKETING DỊCH VỤ 226
13.29. MARKETING ĐIỆN TỬ.....232
13.30. QUAN HỆ CÔNG CHÚNG 237
13.31. ĐẠO ĐỨC KINH DOANH 241
13.32. QUẢN TRỊ TÀI NGUYÊN NHÂN SỰ 245
13.33. KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP.....250
MỤC LỤC..... 256