

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**



**BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH MARKETING**

**Theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo
của Bộ Giáo dục và Đào tạo
Giai đoạn 2021 – 2025**

TP Hồ Chí Minh, Tháng 02 năm 2025

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH MARKETING
Theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo
của Bộ Giáo dục và Đào tạo
Giai đoạn 2021 – 2025

TP Hồ Chí Minh, Tháng 02 năm 2025

**DANH SÁCH THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG TRÌNH
ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC NGÀNH MARKETING THEO BỘ TIÊU
CHUẨN CỦA BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**

MỤC LỤC

NỘI DUNG	Trang
Mục lục	i
Danh mục các chữ viết tắt	v
Danh mục bảng	vi
Danh mục hình, sơ đồ	viii
Phần 1. KHÁI QUÁT	1
1. Đặt vấn đề	1
2. Tổng quan chung	5
Phần 2. TỰ ĐÁNH GIÁ THEO CÁC TIÊU CHUẨN, TIÊU CHÍ	12
Tiêu chuẩn 1	12
Tiêu chí 1.1	12
Tiêu chí 1.2	14
Tiêu chí 1.3	17
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 1</i>	19
Tiêu chuẩn 2	20
Tiêu chí 2.1	21
Tiêu chí 2.2	22
Tiêu chí 2.3	24
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 2</i>	25
Tiêu chuẩn 3	26
Tiêu chí 3.1	27
Tiêu chí 3.2	31
Tiêu chí 3.3	36
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 3</i>	38
Tiêu chuẩn 4	40
Tiêu chí 4.1	40
Tiêu chí 4.2	42
Tiêu chí 4.3	46
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 4</i>	48
Tiêu chuẩn 5	48
Tiêu chí 5.1	49
Tiêu chí 5.2	56
Tiêu chí 5.3	58
Tiêu chí 5.4	60
Tiêu chí 5.5	61

NỘI DUNG	Trang
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 5</i>	63
Tiêu chuẩn 6	65
Tiêu chí 6.1	65
Tiêu chí 6.2	67
Tiêu chí 6.3	72
Tiêu chí 6.4	74
Tiêu chí 6.5	76
Tiêu chí 6.6	77
Tiêu chí 6.7	79
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 6</i>	81
Tiêu chuẩn 7	82
Tiêu chí 7.1	82
Tiêu chí 7.2	85
Tiêu chí 7.3	87
Tiêu chí 7.4	88
Tiêu chí 7.5	90
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 7</i>	91
Tiêu chuẩn 8	92
Tiêu chí 8.1	92
Tiêu chí 8.2	94
Tiêu chí 8.3	95
Tiêu chí 8.4	97
Tiêu chí 8.5	100
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 8</i>	101
Tiêu chuẩn 9	102
Tiêu chí 9.1	103
Tiêu chí 9.2	105
Tiêu chí 9.3	107
Tiêu chí 9.4	109
Tiêu chí 9.5	110
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 9</i>	112
Tiêu chuẩn 10	113
Tiêu chí 10.1	113
Tiêu chí 10.2	114
Tiêu chí 10.3	116

NỘI DUNG	Trang
Tiêu chí 10.4	118
Tiêu chí 10.5	120
Tiêu chí 10.6	121
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 10</i>	122
Tiêu chuẩn 11	122
Tiêu chí 11.1	123
Tiêu chí 11.2	125
Tiêu chí 11.3	127
Tiêu chí 11.4	130
Tiêu chí 11.5	131
<i>Kết luận về Tiêu chuẩn 11</i>	133
Phần 3. KẾT LUẬN	135
Phần 4. PHỤ LỤC	150

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Chữ viết tắt	Định nghĩa chữ viết tắt
1.	GD&ĐT	Giáo dục và Đào tạo
2.	BCN	Ban chủ nhiệm
3.	BLQ	Bên liên quan
4.	CĐR	Chuẩn đầu ra
5.	CNTT	Công nghệ thông tin
6.	CTDH	Chương trình dạy học
7.	CTĐT	Chương trình đào tạo
8.	CSVC	Cơ sở vật chất
9.	CVHT	Cổ vấn học tập
10.	ĐH	Đại học
11.	ĐMST&KN	Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp
12.	ĐT	Đào tạo
13.	ĐTBD	Đào tạo bồi dưỡng
14.	GV	Giảng viên
15.	HP	Học phần
16.	KHCN	Khoa học công nghệ
17.	KQHT	Kết quả học tập
18.	NCKH	Nghiên cứu khoa học
19.	NH	Người học
20.	NLĐ	Người lao động
21.	NTD	Nhà tuyển dụng
22.	NV	Nhân viên
23.	PPDH	Phương pháp dạy học
24.	PPĐG	Phương pháp đánh giá
25.	PVCĐ	Phục vụ cộng đồng
26.	QLCL	Quản lý chất lượng
27.	CTSV&TTGD	Công tác sinh viên và Thanh tra giáo dục
28.	SĐH	Sau đại học
29.	SV	Sinh viên
30.	TĐG	Tự đánh giá
31.	TNTH	Thí nghiệm thực hành
32.	TS&TT	Tuyển sinh và Truyền thông
33.	TT	Trung tâm

STT	Chữ viết tắt	Định nghĩa chữ viết tắt
34.	TTTV	Thông tin thư viện
35.	VC	Viên chức
36.	VQF	Khung trình độ Quốc gia Việt Nam

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.2. Ma trận kết nối giữa CĐR của CTĐT và mục tiêu đào tạo	15
Bảng 1.3. So sánh chuẩn đầu ra của trình độ ĐH ngành Marketing qua các năm	17
Bảng 1.4 thể hiện các kênh thông tin Khoa dùng để công khai CĐR của CTĐT với các bên liên quan	17
Bảng 2.1. Các kênh thông tin công khai CTĐT và ĐCCT	22
Bảng 3.2: Cấu trúc các khối kiến thức của CTĐT ngành Marketing	26
Bảng 3.3. Mối liên hệ giữa Chuẩn đầu ra (PLOs) và phương pháp dạy – học	27
Bảng 3.4. Mối liên hệ giữa Chuẩn đầu ra (PLOs) và Kiểm tra đánh giá	27
Bảng 3.5. Cấu trúc chương trình đào tạo ngành Marketing năm 2024	29
Bảng 4.1 Sự phù hợp của các hoạt động dạy và học với các CĐR tương ứng của CTĐT	34
Bảng 5.2. Thống kê khiếu nại của Khoa Thương mại	47
Bảng 6.1. Đội ngũ cán bộ cơ hữu tham gia thực hiện CTĐT	50
Bảng 6.2. Thống kê đội ngũ ngành Marketing trong 5 năm 2021 – 2025	52
Bảng 6.3. Số lượng GV của CTĐT	52
Bảng 6.4. Tỷ lệ GV/người học của CTĐT	54
Bảng 7.1. Kết quả khảo sát sự hài lòng của NH về các dịch vụ hỗ trợ NH	66
Bảng 8.1. Thống kê tổng số người đăng ký dự tuyển vào ngành Marketing, số NH trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây	74
Bảng 11.1 NH tốt nghiệp và thôi học ngành Marketing 5 năm gần đây	99
Bảng 11.2. Thời gian tốt nghiệp trung bình của NH ngành Marketing	101
Bảng 11.3. Hiện trạng việc làm và thời gian có việc sau khi ra trường của NH ngành Marketing tốt nghiệp năm 2021-2025	103
Bảng 11.4. Thống kê môi trường làm việc của NH ngành Marketing năm 2024	103
Bảng 11.5. Thống kê kết quả NCKH của NH ngành Marketing	105
Bảng 1.1. Chuẩn đầu ra CTĐT	33
Bảng 3.1: Ma trận các học phần và CĐR của CTĐT (PLOs)	36
Bảng 3.3 Ma trận đáp ứng giữa nội dung các học phần và CĐR của CTĐT	38
Bảng 5.1. Sự phù hợp của hoạt động kiểm tra, đánh giá đối với các CĐR của CTĐT.	43

DANH MỤC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ

Hình 1.1: Sơ đồ tổ chức của Trường	7
Hình 1.2. Sơ đồ Cơ cấu tổ chức của khoa Thương mại	10

PHẦN 1

KHÁI QUÁT

1. Đặt vấn đề

Ngày 23/6/2015, Thủ tướng Chính phủ đã ký quyết định 901 phê duyệt Đề án Đổi mới hoạt động của Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh (ĐH CNTP TP.HCM) nay là Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh (ĐH CT TP.HCM). Có thể nói, đây là bước ngoặt cho Trường tăng tốc và bứt phá trong các hoạt động, liên tục có những bước phát triển nhanh trong suốt 9 năm vừa qua (2015 – 2024). Trường ĐH CT TP.HCM được Bộ GD&ĐT cho phép cho đào tạo ngành Marketing trình độ đại học từ năm 2021. Trong giai đoạn 2021 – 2025, Trường đã tuyển sinh được 04 khóa (từ khóa 12 đến khóa 15), trong đó có 01 khóa đã tốt nghiệp (khóa 12). Thông qua chương trình đào tạo (CTĐT) này, Trường đã góp phần đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho xã hội. Trong xu thế đổi mới cơ chế hoạt động theo hướng tự chủ, nâng cao trách nhiệm giải trình trước xã hội, Trường lập báo cáo tự đánh giá (TĐG) các CTĐT, trong đó có CTĐT ngành Marketing trình độ đại học. Nội dung báo cáo được khái quát như sau:

- Về mục tiêu và chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT: Trường đã tập trung nghiên cứu xây dựng CTĐT với những yêu cầu về CĐR được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng, tầm nhìn của Trường và đáp ứng yêu cầu của người học.

- Về bản mô tả CTĐT: CTĐT được mô tả với đầy đủ các thông tin và được công bố công khai, phục vụ nhu cầu tìm hiểu của người học trước khi đăng ký tham gia hoặc cho người đang học chủ động trong công tác học tập và nghiên cứu. Đề cương các học phần cũng được xây dựng và công bố công khai nhằm hỗ trợ người học chuẩn bị cho từng học phần trước khi chính thức bắt đầu học tập. CTĐT và các đề cương định kỳ được rà soát và bổ sung cập nhật theo quy định cũng như yêu cầu của thực tế.

- Về cấu trúc và nội dung chương trình dạy học (CTDH): CTDH có cấu trúc hợp lý giữa các khối kiến thức, đảm bảo tính liên mạch, bổ sung hỗ trợ nhau trong quá trình triển khai. Nội dung CTDH được GV biên soạn cho từng học phần, bao gồm đầy đủ các thông tin về phương pháp giảng dạy, cách thức học tập nghiên cứu, đánh giá kiểm tra, tài liệu tham khảo nhằm giúp người học từng bước đạt CĐR sau quá trình học tập.

- Về phương pháp tiếp cận trong dạy và học: Trường đã chú trọng và xác định công tác đổi mới xây dựng các CTĐT, phương pháp tiếp cận dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá nhằm đạt được các yêu cầu của CĐR. Sự đổi mới này thực hiện dựa trên những định hướng chung của Đảng, Nhà nước và Bộ GD&ĐT tăng cường tính chủ động sáng tạo, phát huy năng lực tự học, tự nghiên cứu, và khả năng

làm việc theo nhóm của người học trong trường ĐH. Chủ trương của Trường không ngừng đa dạng hoá các phương pháp dạy học, tăng cường áp dụng công nghệ thông tin vào quá trình dạy học.

- Về đánh giá kết quả học tập (KQHT) của người học: Việc đánh giá kết quả học tập của người học được thiết kế để đo lường và đánh giá được mức độ đạt được của CĐR, bao trùm được cả kiến thức và kỹ năng chung cũng như chuyên ngành. Các quy định về đánh giá kết quả học tập của người học theo CTĐT đều được thông báo công khai tới người học qua nhiều kênh để đảm bảo tất cả người học đều hiểu rõ. Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng đồng thời được ghi chép lại để đánh giá, phát triển và thử nghiệm các phương pháp mới. Kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời để người học cải thiện việc học tập và nghiên cứu của mình, đồng thời tạo điều kiện cho người học tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập của mình.

- Về đội ngũ giảng viên (GV), nghiên cứu viên (NCV): Đội ngũ GV tham gia giảng dạy và hướng dẫn chương trình sau đại học được quy hoạch, tuyển dụng đáp ứng yêu cầu đào tạo, nghiên cứu khoa học (NCKH) và các hoạt động phục vụ cộng đồng (PVCD). Đội ngũ GV có năng lực chuyên môn cao, tích cực tham gia các loại hoạt động NCKH và thương mại hóa kết quả nghiên cứu. Việc tuyển dụng, đề bạt cán bộ được thực hiện công khai, đúng quy định và dựa trên trình độ chuyên môn, kinh nghiệm giảng dạy và thành tích học thuật. Việc phân công trách nhiệm đào tạo và mối quan hệ công tác được phân định rõ ràng, phù hợp với trình độ, kinh nghiệm kỹ năng của GV. Việc quản lý theo kết quả công việc và ghi nhận thành tích của GV, tạo động lực cho việc hoàn thành trách nhiệm giảng dạy, nghiên cứu và các hoạt động PVCD.

- Về đội ngũ nhân viên (NV): Đội ngũ NV của Trường được quy hoạch, tuyển dụng đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD. Đội ngũ NV của Trường có tinh thần phục vụ cao, có năng lực chuyên môn và luôn sẵn sàng tham gia các khóa đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ. Với mục tiêu nâng cao chất lượng đào tạo, Trường luôn xác định xây dựng và phát triển đội ngũ NV là nhiệm vụ hết sức quan trọng. Trường đã thực hiện tốt kế hoạch tuyển dụng viên chức, tạo điều kiện thuận lợi cho nhiều NV được đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Đội ngũ hỗ trợ của Trường đáp ứng được các yêu cầu về phẩm chất, đạo đức và năng lực công tác.

- Về người học và hoạt động hỗ trợ người học: Trường đã xây dựng bộ máy, phân công trách nhiệm hỗ trợ sinh viên trong quá trình học tập tại Trường; xác định chính sách tuyển sinh rõ ràng, phù hợp với quy định pháp luật, công bố công khai và có điều chỉnh, cập nhật; xây dựng tiêu chí tuyển sinh, xác định các đối tượng ưu tiên,

có sự tham gia của các cơ quan, đơn vị sử dụng lao động; xây dựng hệ thống giám sát, đánh giá tiến độ của NH cả về khối lượng lẫn chất lượng học tập; đã triển khai các hoạt động tư vấn, ngoại khóa và các hoạt động hỗ trợ khác cho NH. Trường quan tâm và tạo môi trường, cảnh quan tạo thuận lợi cho hoạt động đào tạo, nghiên cứu và sự thoải mái cho cá nhân người học.

- Về cơ sở vật chất (CSVC) và trang thiết bị: Trường đã từng bước hoàn thiện về CSVC, có kế hoạch đầu tư cụ thể nhằm tăng diện tích phòng học, trang thiết bị hỗ trợ giảng dạy, phục vụ NH, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) vào hoạt động quản lý, điều hành. Với nguồn lực hiện có, Trường luôn đảm bảo các điều kiện về CSVC và trang thiết bị học tập để triển khai các hoạt động đào tạo và NCKH nhằm đạt được mục tiêu và nhiệm vụ đã đề ra. Điều này được thể hiện qua hệ thống phòng làm việc, phòng học, phòng thực nghiệm và hệ thống tài liệu, tư liệu khoa học ngành Marketing phục vụ cho công tác giảng dạy, học tập, NCKH và các hoạt động khác.

- Về nâng cao chất lượng: Trường đã đánh giá nhu cầu của các BLQ và sử dụng thông tin phản hồi làm căn cứ để thiết kế và phát triển CTĐT. Quá trình này lặp lại với tần suất 02 năm/lần kể từ năm 2017, được đánh giá và cải tiến trong quá trình thực hiện. Trong quá trình tổ chức và quản lý đào tạo, hoạt động giảng dạy, học tập và kết quả học tập của NH được rà soát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CĐR. Các kết quả NCKH, mà cụ thể là các đề tài NCKH cấp cơ sở của các GV giảng dạy chương trình đã được sử dụng làm các tình huống giảng dạy trong các học phần, làm định hướng nghiên cứu của các khóa luận tốt nghiệp. Chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích tại Thư viện và các dịch vụ hỗ trợ khác thường xuyên được đánh giá và cải tiến.

- Về kết quả đầu ra: Trường đã từng bước xây dựng và hoàn thiện hệ thống quản lý tiến độ đào tạo ngành Marketing trình độ đại học; xây dựng quy trình, phân công bộ phận chịu trách nhiệm theo dõi, đánh giá tiến độ học tập, tỷ lệ tốt nghiệp, tỷ lệ thôi học; phân tích nguyên nhân và đề ra các giải pháp đảm bảo tiến độ học tập và nâng cao tỷ lệ tốt nghiệp. Trường có các chính sách khuyến khích NH tham gia NCKH nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển ngành và nâng cao năng lực của NH. Trường xây dựng cơ sở dữ liệu về việc làm của NH, định kỳ tiến hành khảo sát người học tốt nghiệp và nhà tuyển dụng về cải thiện cơ hội việc làm sau tốt nghiệp. Trường cũng đã xây dựng quy trình, phân công bộ phận tiếp nhận phản hồi từ các BLQ; định kỳ triển khai các hoạt động khảo sát ý kiến phản hồi, làm cơ sở để cải tiến CTĐT.

Kết cấu báo cáo tự đánh giá: gồm 04 phần như sau:

- Phần I: Khái quát, bao gồm việc mô tả tóm tắt báo cáo tự đánh giá (TĐG) CTĐT; các tiêu chí được đánh giá theo các tiêu chuẩn cụ thể, tổng quan chung về cơ

sở giáo dục và đơn vị đào tạo là Khoa Thương mại.

- **Phần II:** TĐG theo các tiêu chuẩn, tiêu chí với cấu trúc: 1/Mô tả - phân tích chung về toàn bộ tiêu chuẩn và chỉ ra các minh chứng cụ thể; 2/Nêu những điểm mạnh của CTĐT; 3/Những tồn tại; 4/Kế hoạch hành động nhằm cải tiến chất lượng và 5/Tự đánh giá.

- **Phần III:** Kết luận về những điểm mạnh, điểm cần phát huy của đơn vị đào tạo, được tổng hợp theo từng tiêu chuẩn, tóm tắt những tồn tại, cần cải tiến chất lượng, kế hoạch cải tiến chất lượng và tổng hợp kết quả TĐG.

- **Phần IV:** Phụ lục, bao gồm bảng tổng hợp kết quả TĐG CTĐT theo Thông tư 04/2016, cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT, các quyết định và văn bản liên quan khác, danh mục minh chứng (MC).

Mã hóa MC: Đối với từng tiêu chí trong tiêu chuẩn, nội dung mô tả có MC kèm theo. MC được mã hóa theo cách thức Hn.ab.cd.ef, trong đó: H là hộp MC, n là số thứ tự hộp MC, ab là số thứ tự tiêu chuẩn, cd là số thứ tự tiêu chí, ef là số thứ tự của MC trong tiêu chí.

Mục đích TĐG: Giúp Trường tự rà soát, xem xét, đánh giá thực trạng của CTĐT; xây dựng và triển khai các kế hoạch hành động nhằm cải tiến và nâng cao chất lượng CTĐT từ đó điều chỉnh mục tiêu cho giai đoạn tiếp theo hiệu quả hơn; thể hiện tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của Trường trong toàn bộ hoạt động đào tạo, NCKH, PVCĐ theo chức năng, nhiệm vụ được giao, phù hợp với sứ mạng và mục tiêu đã xác định; tạo điều kiện cần thiết để Trường đăng ký đánh giá ngoài.

Quy trình TĐG: *Bước 1.* Thành lập Hội đồng TĐG chất lượng CTĐT ngành Marketing trình độ đại học; *bước 2.* Lập kế hoạch TĐG; *bước 3.* Họp Hội đồng TĐG, Ban Thư ký, Nhóm công tác chuyên trách (CTCT) để triển khai và phân công; *bước 4.* Triển khai viết báo cáo TĐG (phân tích nội hàm yêu cầu tiêu chí, thu thập số liệu thông tin MC, viết phiếu đánh giá tiêu chí, tổng hợp báo cáo TĐG); *bước 5.* Họp Hội đồng TĐG thông qua báo cáo TĐG và công bố toàn trường.

Phương pháp TĐG: Dùng phương pháp SWOT, mô tả phân tích thực trạng, đánh giá điểm mạnh, điểm tồn tại từ đó đưa ra kế hoạch hành động phù hợp và khả thi.

Công cụ TĐG: Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ GDĐH của Bộ GD&ĐT ban hành tại Thông tư 04/2016 ngày 14/3/2016 và các văn bản hướng dẫn khác của Cục QLCL.

Trường đã ban hành Quyết định số 1588/QĐ-DCT ngày 27 tháng 5 năm 2024 về việc thành lập Hội đồng TĐG và Kế hoạch số 476/KH-DCT, ngày 28 tháng 5 năm 2024 về TĐG CTĐT ngành Marketing trình độ đại học. Ban thư ký thuộc Hội đồng TĐG đã được tập huấn, hướng dẫn chi tiết quy trình TĐG và viết báo cáo; các nhóm

công tác chuyên trách chịu trách nhiệm một số tiêu chuẩn được phân công. Các phòng ban có liên quan huy động toàn bộ nguồn lực GV, NH để hỗ trợ thực hiện các bước quy trình TĐG. Để triển khai TĐG, Trung tâm Quản lý chất lượng (TT.QLCL) tiến hành họp phổ biến kế hoạch tiến độ chi tiết và phân công rõ ràng từng mảng công việc như: điều tra khảo sát các BLQ; thu thập, phân loại, mã hóa MC; viết báo cáo tiêu chí; dự thảo báo cáo TĐG; sắp xếp MC. Ngoài ra, các đơn vị thuộc Trường cung cấp số liệu, thông tin MC cần thiết khi có yêu cầu từ TT.QLCL.

2. Tổng quan chung

1.2.1. Giới thiệu về Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

Trường ĐH CT TP.HCM được thành lập từ năm 1982 và được nâng cấp lên thành trường đại học năm 2010. Năm 2015, Trường thực hiện thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động tự chủ theo Quyết định 901 của Thủ tướng Chính phủ. Ngày 01/7/2023, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 789/QĐ-TTg về việc đổi tên Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM thành Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh.

Quyết định **2045/QĐ-DCT** công bố **Sứ mạng- Tầm nhìn** của Trường:

Sứ mạng:

1. Đào tạo nguồn nhân lực có đạo đức, kiến thức và kỹ năng đáp ứng yêu cầu của xã hội;
2. Nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ và phát triển công nghiệp, thương mại, dịch vụ đa ngành, đa lĩnh vực;
3. Thực hiện trách nhiệm xã hội, phục vụ cộng đồng và xã hội.

Tầm nhìn: Trở thành đại học ứng dụng và đổi mới sáng tạo có vị thế trên thế giới tiên phong trong lĩnh vực Công Thương.

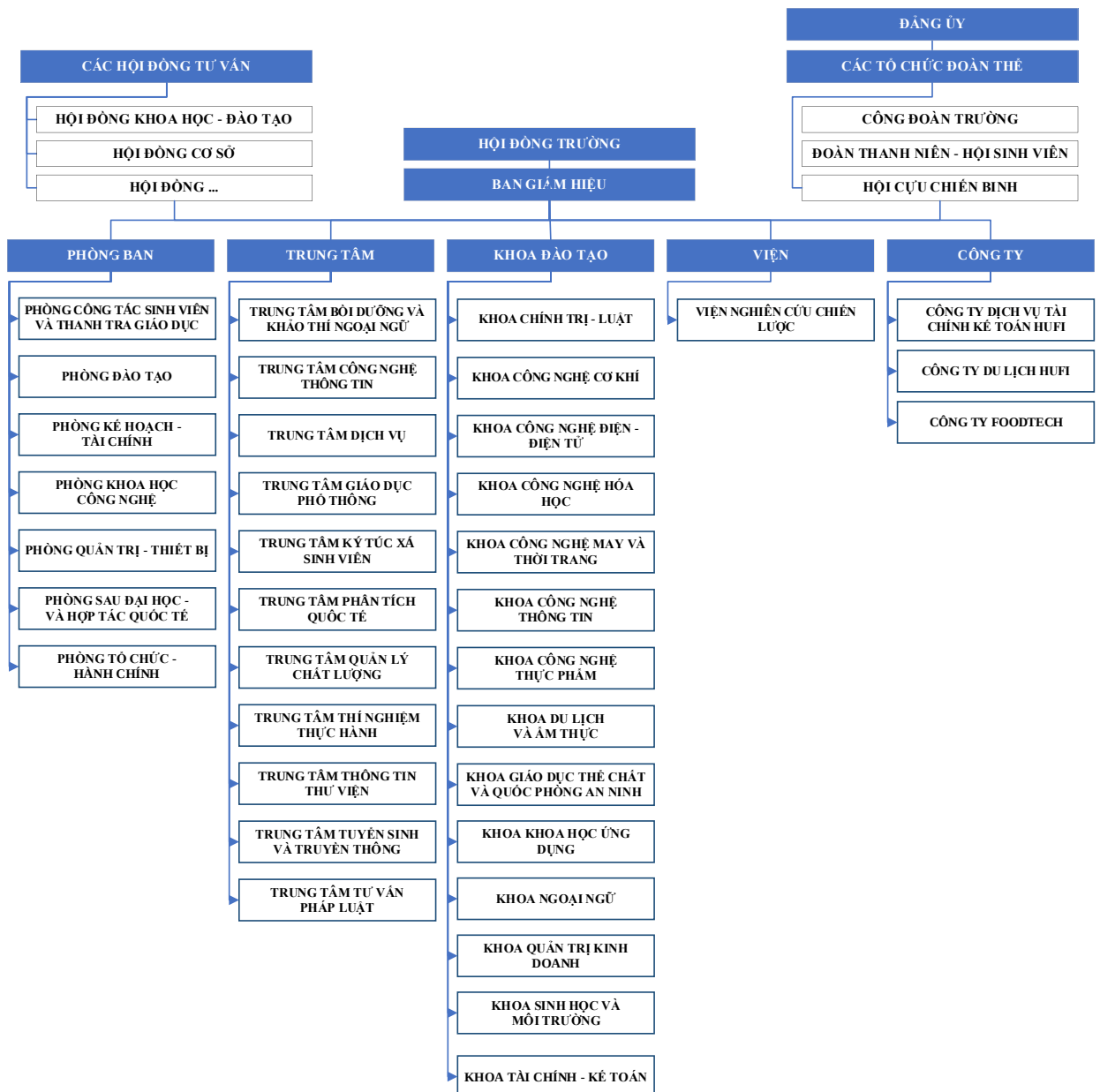
Giá trị cốt lõi: Nhân văn (Humanity) – Đoàn kết (Unity) – Đổi mới (Innovation) – Tiên phong (Trailblazing).

Triết lý giáo dục: Với phương châm người học luôn chủ động trong quá trình học tập, phương pháp chủ đạo là tự học và lấy người học là trung tâm; người học với tư duy sáng tạo, luôn phải thích ứng với sự thay đổi của xã hội trên nền tảng kiến thức và kỹ năng được đào tạo, được rèn luyện và phát triển mức tự chủ và trách nhiệm để hòa nhập nhanh với cộng đồng. Do đó, triết lý giáo dục của Trường ĐH CNTP TP.HCM là **“Học tập chủ động, làm việc sáng tạo”**. Ngày 30/12/2020, Nhà trường ban hành chiến lược phát triển Trường ĐH CNTP TP.HCM đến năm 2025 và tầm nhìn 2035 đề cập đến triết lý giáo dục mới của trường là **“Học tập chủ động, làm việc sáng tạo, sống có trách nhiệm”**. Triết lý giáo dục này tiếp tục được Nhà trường công bố trong Quyết định số 2045/QĐ-DCT ngày 24/7/2023 của Trường Đại học Công Thương TP.HCM.

Mục tiêu chung: Xây dựng công nghệ quản trị hiện đại, hoàn thành cơ bản các điều kiện đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đóng góp cho xã hội, tạo ra giá trị thực tiễn và hiệu quả từ hoạt động NCKH và chuyển giao công nghệ, hợp tác quốc tế.

Mục tiêu về đảm bảo chất lượng: Đến năm 2027, Trường đạt chuẩn chất lượng giáo dục của Bộ GD&ĐT với mức chất lượng 4,4/7.

Cơ cấu tổ chức trường ĐH CT TP.HCM gồm Hội đồng trường, Đảng ủy và các đoàn thể, Ban Giám hiệu (01 Hiệu trưởng, 02 Phó hiệu trưởng), các phòng ban chức năng, Khoa chuyên môn, đơn vị phục vụ đào tạo, nghiên cứu. (xem hình 1.1)



Hình 1.1: Sơ đồ tổ chức của Trường

Về nhân lực, Tính đến ngày 31/7/2024, Trường có 789 người cơ hữu, trong đó có 578 GV, 211 chuyên viên và nhân viên phục vụ; đội ngũ GV của Trường có 39 GS và PGS (tỷ lệ 6,75%); 187 Tiến sĩ (tỷ lệ: 32,35%), 352 Thạc sĩ (tỷ lệ: 60,90%)

đang giảng dạy 07 CTĐT trình độ TS, 12 CTĐT trình độ ThS, 34 CTĐT trình độ đại học, với số lượng 28.352 SV chính quy, 406 học viên (HV) cao học.

Về đào tạo, Trường đào tạo đa ngành, đa cấp độ. Đào tạo đại học gồm 34 ngành, đào tạo thạc sĩ 12 chuyên ngành, đào tạo tiến sĩ 07 chuyên ngành. Công tác quản lý đào tạo các bậc hệ của Trường được giao cho 2 đơn vị đầu mối là Phòng Đào tạo và Phòng KHCN.

Về CSVC, Trường có 6 cơ sở chính tại quận Tân Phú; có đủ giảng đường, phòng học, phòng thực hành máy tính, phòng thực hành với trang thiết bị và phương tiện hiện đại phục vụ giảng dạy; có bộ phận y tế chăm sóc sức khỏe; thư viện phục vụ nhu cầu của người học, GV.

Về tài chính, Trường là đơn vị sự nghiệp giáo dục công lập trực thuộc Bộ Công Thương được giao tự chủ 100% chi thường xuyên và chi đầu tư. Công tác lập kế hoạch tài chính và quản lý tài chính được thực hiện theo quy định. Các nguồn thu hợp pháp của Trường đều tuân thủ theo đúng quy định tại các văn bản của Bộ Tài chính và các quy định của Hiệu trưởng về mức thu và đối tượng thu.

Về NCKH, Trường đầu tư cấp kinh phí cho hoạt động NCKH theo quy định; có chế độ khuyến khích viên chức, GV NCKH; hằng năm tham gia đấu thầu và thực hiện các đề tài cấp Bộ, Sở ban ngành, địa phương; Trong năm học 2023 - 2024, Trường đã công bố khoảng 450 bài báo khoa học quốc tế thuộc hạng ISI, Scopus, SCI và SCIE; các sản phẩm NCKH của GV phục vụ tốt cho quá trình giảng dạy như giáo trình, tài liệu.

Về hợp tác quốc tế, Trường đang hợp tác với hơn hai trăm trường đại học, tổ chức trên toàn thế giới. Một số đối tác quan trọng đến từ Đức, Nhật Bản, Đài Loan, Vương quốc Anh, Bỉ, Bồ Đào Nha, Úc, New Zealand, Mỹ, Hàn Quốc... Hằng năm, một số nhà khoa học có uy tín của các đối tác quốc tế đến trường để giảng dạy, thực hiện các dự án NCKH, tư vấn xây dựng CTDH.

Về hợp tác trong nước, ngoài đào tạo chính quy, trong nhiều năm liền, Trường và Khoa Thương mại là đơn vị hàng đầu về đào tạo ngắn hạn theo nhu cầu xã hội. Trường và các Khoa đào tạo đã liên kết chặt chẽ và đào tạo cho hàng chục ngàn cán bộ, kỹ sư, công nhân của các công ty, nhà máy chế biến thực phẩm trong cả nước như Công ty cổ phần sữa Việt Nam, Công ty cổ phần Kinh Đô Bình Dương, Công ty cổ phần Kinh Đô Sài Gòn, Công ty Orion, Công ty Bidrico, Công ty Rượu – Bia – Nước giải khát Sài Gòn, Công ty Dầu Golden Hope, Đường Bourbon Tây Ninh, Nestle, Công ty Acecook VN, Vifon, Công ty CP Dầu thực vật Tường An, Công ty CP Dầu thực vật Tân Bình, Công ty CP Dầu thực vật Cái Lân, Công ty Coca Cola, Công ty Dutch Lady, Công ty Thuốc lá Sài Gòn, Công ty CP NGK Chương Dương,... Số lượng NH đào tạo tại doanh nghiệp ngày càng tăng và các khóa học đều

được đánh giá cao.

Về ĐBCL, Trường có mạng lưới Tổ ĐBCL tất cả các đơn vị thuộc Trường và đang vận hành mô hình ĐBCL bên trong; tháng 09/2022 được TT Kiểm định chất lượng giáo dục – ĐH quốc gia TP.HCM cấp giấy chứng nhận Kiểm định chất lượng cấp cơ sở giáo dục (chu kỳ 2); đến tháng 07/2024, Trường có 29 CTĐT đạt chuẩn chất lượng theo tiêu chuẩn Bộ GD&ĐT và AUN-QA. Mặt khác, Trường đã xây dựng và đang thực hiện các Kế hoạch cải tiến chất lượng hậu kiểm định cho giai đoạn 5 năm tiếp theo, phát triển CTĐT, xây dựng và vận hành hệ thống cơ sở dữ liệu và hệ thống thu thập thông tin phản hồi ý kiến các bên liên quan (BLQ).

1.2.2. Giới thiệu về Khoa Thương mại

Khoa Thương mại, Trường ĐH Công Thương TP.HCM được thành lập vào tháng 12 năm 2024. Đến nay, cùng với sự phát triển của Trường, Khoa Thương mại đã không ngừng phát triển về mọi mặt và luôn đặt chất lượng đào tạo lên hàng đầu. Khoa đang đào tạo đội ngũ trí thức có chuyên môn cao trong các lĩnh vực: Marketing, Thương mại điện tử, Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu nguồn nhân lực của xã hội.

Các ngành, hệ đào tạo

Hiện nay, Khoa Thương mại đang quản lý hơn 3.000 NH thuộc các ngành đào tạo và hệ đào tạo như sau:

- **Ngành đào tạo:**
 - + Marketing
 - + Thương mại điện tử
 - + Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng
- **Các bậc đào tạo:**
 - + Đại học

Cơ cấu tổ chức và đội ngũ GV

- Cơ cấu tổ chức

Ngoài BCN Khoa, Hội đồng khoa học và các tổ chức Đoàn thể, Khoa Marketing gồm 03 tổ bộ môn:

- + BM Marketing
- + BM Thương mại điện tử
- + BM Logistics

Trong đó Hội đồng khoa học Khoa bao gồm các giảng viên có học vị, chuyên môn thực hiện các hoạt động khoa học của khoa về CTĐT, NCKH của khoa, NH.

Sơ đồ cơ cấu tổ chức:



Hình 1.2. Sơ đồ Cơ cấu tổ chức của khoa Thương mại

- Đội ngũ giảng viên

Hiện nay, tổng số viên chức của Khoa Thương mại là 25 người (24 GV và 01 NV). Trong đó, đội ngũ GV có trình độ Tiến sĩ: 13 người, tỷ lệ 52%; Nghiên cứu sinh: 03 người, tỷ lệ 12%; Thạc sĩ: 12 người, tỷ lệ 48% . Ngoài đội ngũ GV cơ hữu, Khoa còn có đội ngũ trên 03 GV thỉnh giảng với các trình độ từ theo đặc thù của các ngành đào tạo bao gồm Thạc sĩ đến Tiến sĩ, chuyên gia ở các chuyên ngành khác nhau, đến từ các cơ sở đào tạo có uy tín trên cả nước.

Đội ngũ GV của Khoa có trình độ chuyên môn cao, giàu kinh nghiệm trong giảng dạy, nhiều năm làm việc thực tế tại các doanh nghiệp, nhà máy, xí nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực. Đội ngũ GV đa phần là trẻ, năng động, có tinh thần học hỏi, giàu lòng nhiệt huyết và đam mê sáng tạo, có thành tích xuất sắc trong hoạt động giảng dạy và NCKH.

Đội ngũ lãnh đạo và tập thể GV của Khoa luôn nỗ lực, phấn đấu không ngừng, đưa Khoa Thương mại trở thành một trong những khoa đào tạo nguồn nhân lực hàng đầu cho các ngành dịch vụ, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và quốc tế, với tầm nhìn và sứ mạng như sau:

- Tầm nhìn đến năm 2030: Khoa Thương mại hướng đến trở thành một đơn vị đào tạo và nghiên cứu hàng đầu trong lĩnh vực thương mại tại Việt Nam và khu vực Đông Nam Á, nổi bật với các chương trình đào tạo chất lượng cao, nghiên cứu ứng dụng, và đổi mới sáng tạo.

- Sứ mạng:

+ Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao: Cung cấp cho sinh viên kiến thức, kỹ năng, năng lực cần thiết để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường lao động trong lĩnh vực thương mại.

+ Nghiên cứu và phát triển: Thúc đẩy hoạt động nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực thương mại, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội.

+ **Kết nối cộng đồng:** Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp, tổ chức trong nước và quốc tế để tạo ra giá trị thực tiễn, cơ hội học tập, thực hành và việc làm cho sinh viên.

+ **Đáp ứng trách nhiệm xã hội:** Tham gia tích cực vào các hoạt động phục vụ cộng đồng, góp phần nâng cao nhận thức về thương mại bền vững và phát triển kinh tế địa phương.

- **Giá trị cốt lõi:** Nhân văn (Humanity) – Đoàn kết (Unity) – Đổi mới (Innovation) – Tiên phong (Trailblazing).

- **Triết lý giáo dục:** Học tập chủ động, làm việc sáng tạo, sống có trách nhiệm

- **Chiến lược phát triển khoa Thương mại**

Đến năm 2030, xây dựng Khoa Thương mại thành đơn vị đào tạo và nghiên cứu uy tín hàng đầu tại Việt Nam, có vị thế trong khu vực Đông Nam Á, đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao, phù hợp với xu hướng hội nhập quốc tế và chuyển đổi số trong thương mại, đồng thời tạo dựng môi trường học tập, nghiên cứu sáng tạo, chuyên nghiệp, gắn kết thực tiễn và toàn cầu hóa.

PHẦN 2

TỰ ĐÁNH GIÁ THEO CÁC TIÊU CHUẨN, TIÊU CHÍ

Tiêu chuẩn 1. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Mục tiêu và CĐR của CTĐT là những yếu tố quan trọng thể hiện sự cam kết của các cơ sở GDĐH về chất lượng đào tạo đối với xã hội và năng lực của NH sau khi tốt nghiệp. Mục tiêu và CĐR của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing đã được xác định cụ thể và phát biểu trong đặc tả CTĐT để công bố cho các bên liên quan. CĐR của ngành Marketing là một trong những yếu tố quan trọng trong việc xác định và nâng cao chất lượng đào tạo của ngành, đồng thời là cơ sở để hội nhập phát triển trong đào tạo. Vì vậy, khi xây dựng mục tiêu và CĐR của CTĐT, Khoa đã căn cứ trên tầm nhìn sứ mạng của Trường và không tách khỏi mục tiêu chung của giáo dục đại học đã quy định tại Luật giáo dục đại học, có sự đóng góp ý kiến các bên liên quan. CĐR ngành Marketing được Khoa định kỳ được rà soát, cập nhật theo quy trình chung của Trường.

Tiêu chí 1.1. Mục tiêu của chương trình đào tạo được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của cơ sở giáo dục đại học, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học.

1. Mô tả hiện trạng

CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing được ban hành lần đầu vào năm 2021 theo quyết định 1262/QĐ-DCT, ngày 31 tháng 5 năm 2021 và được cập nhật, bổ sung vào các năm 2022 và 2024 [H1.01.01.01]. Mục tiêu của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing được xác định rõ ràng qua mục tiêu chung và mục tiêu cụ thể của CTĐT [H1.01.01.02], cụ thể:

Mục tiêu chung

- Phạm vi đào tạo của chương trình đào tạo Marketing:

Chương trình đào tạo Marketing được thiết kế để cung cấp cho sinh viên kiến thức toàn diện về các nguyên tắc và thực tiễn hoạt động marketing hiện đại. Phạm vi đào tạo bao gồm các lĩnh vực chính như quản lý marketing, nghiên cứu thị trường, hành vi người tiêu dùng, quảng cáo, tiếp thị kỹ thuật số, xây dựng kế hoạch marketing và quản lý thương hiệu.

- Kỳ vọng về năng lực và triển vọng nghề nghiệp của người tốt nghiệp ngành Marketing:

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có đủ kiến thức và kỹ năng để làm việc trong các vị trí marketing khác nhau, từ chuyên viên marketing, quản lý thương hiệu, quản lý quảng cáo, đến các vai trò chiến lược trong các công ty và tổ chức. Chương trình còn kỳ vọng người tốt nghiệp sẽ trở thành những nhà marketing chuyên nghiệp, có khả năng phân tích, lập kế hoạch và thực hiện các chiến lược marketing hiệu quả,

đáp ứng nhu cầu thị trường và đóng góp vào sự phát triển của doanh nghiệp.

- Định hướng đào tạo của chương trình:

Chương trình đào tạo ngành Marketing nhấn mạnh vào ứng dụng thực tiễn và phát triển nghề nghiệp. Chương trình kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, cung cấp cho sinh viên cơ hội tham gia các dự án thực tế, thực tập tại các công ty và tổ chức và phát triển kỹ năng mềm cần thiết cho môi trường làm việc chuyên nghiệp. Đồng thời, chương trình cũng hỗ trợ sinh viên trong việc nghiên cứu và phân tích các xu hướng marketing mới, nhằm nâng cao khả năng sáng tạo và đổi mới trong ngành.

Mục tiêu cụ thể

Người học tốt nghiệp có kiến thức, kỹ năng, phẩm chất cá nhân, kỹ năng tương tác và năng lực thực hành nghề nghiệp (năng lực tự chủ):

- Kiến thức: Người học tốt nghiệp có khả năng áp dụng được kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý; phân tích được kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết chuyên sâu ngành Marketing để phân tích, đánh giá, quản lý và giải quyết các vấn đề chuyên môn.

- Kỹ năng, phẩm chất cá nhân: Người học tốt nghiệp có thể thực hiện được các kỹ năng cần thiết để giải quyết các vấn đề phức tạp trong hoạt động Marketing; có khả năng áp dụng kỹ năng tự học, nghiên cứu và khám phá tri thức; có kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm cũng như kỹ năng truyền đạt, trao đổi thông tin trong hoạt động Marketing.

- Kỹ năng tương tác: Người học được trau dồi các kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm, kỹ năng trao đổi thông tin trong hoạt động marketing. Đồng thời được tăng cường khả năng về trình độ tiếng Anh chuyên ngành để ứng dụng trong các hoạt động thực tiễn nghiệp vụ và nghiên cứu khoa học về marketing.

- Năng lực thực hành nghề nghiệp (Năng lực tự chủ)

Người học tốt nghiệp hình thành được khả năng tự chủ, tự định hướng và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân; phân tích được bối cảnh xã hội và doanh nghiệp để đưa ra kết luận chuyên môn, có khả năng lập kế hoạch, điều phối, đánh giá các hoạt động Marketing.

Mục tiêu đào tạo trình độ ĐH của Trường giúp NH nắm vững lý thuyết, có trình độ cao về thực hành, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và có năng lực phát hiện, giải quyết những vấn đề thuộc chuyên ngành được đào tạo phù hợp với tầm nhìn sứ mạng của Trường cũng như mục tiêu giáo dục đại học của Luật giáo dục. Sự phù hợp giữa mục tiêu đào tạo và tầm nhìn sứ mạng của Trường, của Khoa và phù hợp với các quy định của nhà nước được thể hiện qua Phụ lục IV.1 [H1.01.01.03].

Để xây dựng mục tiêu của CTĐT thì ngoài việc căn cứ vào sứ mạng, tầm nhìn và mục tiêu của GDĐH quy định trong Luật GDĐH thì Nhà trường còn căn cứ vào

kết quả khảo sát các bên liên quan năm 2022 cho thấy: tỉ lệ trên 75% cho rằng mục tiêu của CTĐT, các kiến thức, kỹ năng, năng lực trong CĐR của CTĐT và các HP trong CTĐT được đánh giá là cơ bản đáp ứng những yêu cầu của xã hội, phù hợp với tầm nhìn, sứ mạng, chức năng, nhiệm vụ và nguồn lực của Trường [H1.01.01.04].

Sau khi thiết kế mục tiêu và CĐR, CTĐT được xây dựng để hướng đến đảm bảo NH được cung cấp đầy đủ các kiến thức và kỹ năng để đáp ứng CĐR khi tốt nghiệp. CTĐT được Hội đồng xây dựng dự thảo, sau đó được gửi cho các chuyên gia phản biện, sau khi chỉnh sửa thì CTĐT được tiến hành nghiệm thu theo quy định. Nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động, CTĐT định kỳ được rà soát 02 năm một lần để điều chỉnh, cập nhật và bổ sung cho phù hợp với thực tế hoặc được điều chỉnh, cập nhật cho phù hợp với quy định của Bộ GD&ĐT, trong quá trình cập nhật, có xét đến những CTĐT của những trường khác có đào tạo [H1.01.01.05], [H1.01.01.06], [H1.01.01.07].

Năm 2020, Trường đã tiến hành rà soát đánh giá CTĐT nhằm điều chỉnh bổ sung theo hướng hiện đại, phù hợp với thực tế nhằm đáp ứng yêu cầu về xây dựng CTĐT của Bộ GD&ĐT và nhu cầu của thị trường lao động cho phù hợp VQF, chuẩn chương trình và tình hình thực tế về nhu cầu kiến thức của NH.

Năm 2022, Trường cũng tiến hành rà soát nhằm điều chỉnh bổ sung theo hướng hiện đại, phù hợp với thực tế nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Ma trận kết nối giữa CĐR CTĐT với VQF bậc ĐH, nhu cầu doanh nghiệp và xu hướng phát triển của ngành thể hiện trong phụ lục IV.2.

Năm 2024, theo định kỳ 2 năm, Trường tiến hành điều chỉnh và cập nhật CĐR, cấu trúc CTĐT theo hướng linh hoạt, giúp người học có nhiều lựa chọn, thiết kế các học phần phù hợp để liên thông trong các CTĐT cử nhân – kỹ sư – thạc sĩ, đo được CĐR học phần và CĐR CTĐT.

Thông tin về CTĐT, các khoá đào tạo và mục tiêu đào tạo được công bố công khai trên trang thông tin điện tử của Trường và Khoa Thương mại để người học tham khảo, so sánh trước khi tham gia học tập, cũng như để các cơ quan, đơn vị, xã hội tìm hiểu, phản biện [H1.01.01.08].

2. Điểm mạnh

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing được xây dựng rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn đã được tuyên bố, phù hợp với quy định tại Luật GDĐH hiện hành và VQF. Đồng thời, mục tiêu của CTĐT của ngành Marketing phù hợp với tầm nhìn, sứ mạng của Trường và được thiết kế trên cơ sở kết quả khảo sát về nhu cầu của thị trường lao động và lấy ý kiến của các BLQ để phù hợp với tình hình xã hội hiện tại.

3. Điểm tồn tại

Mục tiêu của CTĐT chưa bổ sung khả năng thích ứng của NH trong quá trình

hội nhập quốc tế.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa phối hợp với TT.QLCL, Phòng Đào tạo, TT TS&TT... xây dựng kế hoạch thu thập ý kiến các BLQ có chú trọng đến việc đa dạng đối tượng khảo sát và số lượng phiếu khảo sát thu về trong mỗi khảo sát để đảm bảo độ tin cậy và tăng cường lấy ý kiến thông qua tổ chức hội thảo về CTĐT để nghe ý kiến đóng góp của các BLQ. Bên cạnh đó các lần chỉnh sửa tiếp theo Khoa sẽ thực hiện thu thập, đối sánh với các chương trình quốc tế của các trường đại học có uy tín nhằm tiếp cận với chương trình đào tạo của khu vực và thế giới nhằm tăng khả năng thích ứng của sinh viên trong quá trình hội nhập.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 1.2. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo được xác định rõ ràng, bao quát được cả các yêu cầu chung và yêu cầu chuyên biệt mà người học cần đạt được sau khi hoàn thành chương trình đào tạo.

1. Mô tả hiện trạng

Chuẩn đầu ra của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing được xác định lần đầu vào năm 2021 [H1.01.02.01] trong đó, CĐR tuyên bố về nội dung kiến thức chuyên môn; kỹ năng thực hành, khả năng nhận thức công nghệ và giải quyết vấn đề; công việc mà NH có thể đảm nhận sau khi tốt nghiệp và các yêu cầu đặc thù khác đối với từng trình độ, ngành đào tạo. Nhằm thống nhất và hướng dẫn các đơn vị đào tạo xây dựng, điều chỉnh CĐR, Trường đã ban hành quy định về xây dựng và công bố CĐR của các CTĐT kèm theo văn bản hướng dẫn xây dựng CĐR vào các năm 2020, 2022 và 2024 [H1.01.02.02].

Trong quá trình phát triển CĐR của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing đã trải qua 02 lần điều chỉnh, sửa đổi và bổ sung theo chu kỳ rà soát và cập nhật CTĐT ở các năm 2022 và năm 2024. Căn cứ vào quy định của VQF, mục tiêu của CTĐT và các yếu tố thực tiễn, CĐR của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing được xác định trong lần rà soát gần nhất vào năm 2024 thể hiện trong Quyết định 3015/QĐ-DCT ngày 19/10/2023 và Quyết định 1280/QĐ-DCT ngày 26/4/2024. Trong đó, CTĐT có 09 CĐR bao gồm các chuẩn về kiến thức, kỹ năng phẩm chất cá nhân, kỹ năng tương tác, năng lực thực hành nghề nghiệp (năng lực tự chủ) của NH [H1.01.02.03], cụ thể trong bảng 1.1 (Phụ lục IV)

Các mục tiêu đào tạo và CĐR được công khai trên Website của Khoa theo đường link sau <https://fc.huit.edu.vn/dao-tao/chuong-trinh-dao-tao-nganh-marketing-khoa-thuong-mai>

Ngoài những yêu cầu chung, CĐR cũng đề cập đến những yêu cầu chuyên

biệt cho người học về lĩnh vực thương mại, marketing là kiến thức chuyên môn, kiến thức lý thuyết chuyên sâu, kỹ năng nghề nghiệp, mức độ tự chủ và trách nhiệm với bản thân và cộng đồng, trình độ ngoại ngữ và tin học [H1.01.02.03]. Khoa cũng đã xây dựng ma trận kết nối giữa CDR và mục tiêu đào tạo thể hiện ở Bảng 1.2, CDR của CTĐT với yêu cầu CDR của VQF thể hiện ở Bảng 1.3 (Phụ lục IV) trong đó có thể hiện rõ mỗi CDR được kết nối với chuẩn đầu ra nào của VQF.

Bảng 1.2. Ma trận kết nối giữa CDR của CTĐT và mục tiêu đào tạo

Mục tiêu của CTĐT	CDR của CTĐT								
	Kiến thức		Kỹ năng, phẩm chất cá nhân			Kỹ năng tương tác		Năng lực thực hành nghề nghiệp (năng lực tự chủ)	
	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9
MT1	C3	C4							
MT2			P3	P3	A3				
MT3						P4	P4		
MT4								R4	P4

Ngoài ra, mỗi CDR đều được phân nhiệm cho từng HP với mức trình độ năng lực tương ứng để GV chủ động trong việc xây dựng các đề cương HP [H1.01.02.03], [H1.01.02.04]. Sự đóng góp của mỗi HP vào việc đạt được CDR CTĐT (sử dụng các mức độ theo thang Bloom), được xác định cụ thể thông qua CDR của từng HP, số tín chỉ, hoạt động dạy và học, hoạt động kiểm tra đánh giá và nội dung giảng dạy của HP qua đó cho thấy CDR của ngành Marketing có thể đo lường và đánh giá được. CDR của CTĐT được lấy ý kiến các BLQ thông qua các khảo sát hoặc các cuộc họp [H1.01.02.05].

2. Điểm mạnh

CDR của CTĐT đã xác định rõ yêu cầu chung và yêu cầu chuyên biệt về kiến thức, kỹ năng phẩm chất cá nhân, kỹ năng tương tác, năng lực thực hành nghề nghiệp (năng lực tự chủ) của NH; phân nhiệm rõ ràng cho từng HP.

3. Điểm tồn tại

Số lượng đối tượng được thu thập ý kiến khi điều chỉnh CDR chưa nhiều, nội dung các ý kiến chưa phong phú. Số lượng phiếu khảo sát đối với một số BLQ chưa đủ lớn để mang tính đại diện nên chưa bao phủ được nhiều thông tin hữu ích giúp

cho việc xây dựng, điều chỉnh CDR.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời trong lần bổ sung chỉnh sửa CTĐT sắp tới khoa sẽ tiến hành đánh giá toàn diện CTĐT, thập ý kiến các BLQ đạt tính đại diện để cập nhật CDR cho phù hợp hơn.

5. Tự đánh giá: Đạt (4/7)

Tiêu chí 1.3. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan, được định kỳ rà soát, điều chỉnh và được công bố công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Khi xây dựng, rà soát, cập nhật CDR, Khoa căn cứ vào các văn bản: QĐ về việc phê duyệt tầm nhìn, sứ mạng, giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Huit, Công văn hướng dẫn về việc xây dựng công bố CDR ngành đào tạo của Bộ GD&ĐT; Định hướng chiến lược phát triển của Trường; Quy chế đào tạo theo hệ thống tín chỉ; Quy định về chuẩn năng lực ngoại ngữ và tin học; Quy định về ban hành, tổ chức chương trình huấn luyện kỹ năng mềm cho sinh viên chính quy; VQF. Thực hiện theo Hướng dẫn về việc điều chỉnh CTĐT trình độ đại học và Cao đẳng, trong đó, có bước quy định lấy ý kiến các bên liên quan (GV, NH, cựu NH, NTD, chuyên gia), đối sánh với các CDR của CTĐT của các trường khác trong nước [H1.01.03.01].

Việc xây dựng CDR được thực hiện dựa trên phân tích nhu cầu của thị trường lao động; khảo sát nhu cầu của NH, người sử dụng lao động; đồng thời tham khảo CDR của các trường có đào tạo cùng lĩnh vực [H1.01.03.02].

Các lần rà soát CTĐT đều mời các NTD và chuyên gia tới từ các cơ sở giáo dục đại học khác thông qua Hội đồng thẩm định CTĐT; tổ chức các cuộc họp chuyên môn của Khoa/Trường góp ý cho CDR và CTĐT [H1.01.03.03].

CDR được rà soát, điều chỉnh 2 năm một lần chung với việc rà soát, điều chỉnh CTĐT, cụ thể: CDR của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing đã được rà soát, điều chỉnh vào các năm 2022 và 2024 [H1.01.03.03]. Việc rà soát, điều chỉnh được thực hiện trên cơ sở các quy định hiện hành và phân tích thị trường lao động cũng như nhu cầu của các BLQ [H1.01.03.04], CDR sau khi được rà soát, điều chỉnh, bổ sung đã được Hiệu trưởng ký ban hành và áp dụng cho các khóa học tiếp theo [H1.01.03.05]. Bảng 1.3 dưới đây thể hiện sự phát triển của CDR của CTĐT theo thời gian kể từ khi xây dựng CTĐT:

Bảng 1.3. So sánh chuẩn đầu ra của trình độ ĐH ngành Marketing qua các năm

Năm học	2021 - 2022	2022 - 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
Số lượng PLOs	15	15	09	09
	Có xây dựng ma trận tích hợp	Có xây dựng ma trận tích hợp	Có xây dựng ma trận tích hợp	Có xây dựng ma trận tích hợp

Từ năm 2021, ma trận tích hợp giữa CĐR chương trình với các HP trong CTĐT được xây dựng, trong đó mỗi HP đều đóng góp vào việc đạt được một số CĐR của CTĐT ở các mức độ xác định, thông thường mỗi học phần đảm nhận khoảng 3-5 chuẩn đầu ra của CTĐT. Tiếp đó, các hoạt động đánh giá, các hoạt động dạy học và nội dung giảng dạy trong mỗi HP được xác định cụ thể để giúp NH đạt các CĐR HP từ đó đạt chuẩn đầu ra CTĐT.

Ngay sau khi ban hành, CĐR của CTĐT được công bố công khai trong báo cáo cập nhật việc thực hiện Ba công khai của Trường hàng năm, đồng thời công bố trên trang thông tin điện tử của Trường và trên các tài liệu quảng bá tuyển sinh của Nhà trường [H1.01.03.06], [H1.01.03.07].

Bảng 1.4 Thể hiện các kênh thông tin Khoa dùng để công khai CĐR của CTĐT với các bên liên quan

Kênh truyền thông	Loại tài liệu	Người chịu trách nhiệm truyền thông	Đối tượng tiếp nhận thông tin	Ghi chú
Họp Khoa	Văn bản	Trưởng khoa	Giảng viên	
Website	Trực tuyến	Trưởng khoa PGS. TS Nguyễn Văn Ít; TS. Vũ Văn Điệp	Mọi đối tượng	https://fc.huit.edu.vn/
Hội thảo	Báo cáo tham luận	Trưởng khoa PGS. TS Nguyễn Văn Ít	Cựu NH, NTD	

2. Điểm mạnh

CĐR của CTĐT ngành Marketing phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan và doanh nghiệp; có sự tham gia ý kiến của các bên quan trọng trong quá trình xây dựng CTĐT. CĐR của CTĐT được định kỳ rà soát, điều chỉnh ít nhất 2 năm 1 lần theo kế hoạch của Nhà trường hoặc theo tình hình thực tế phát sinh và được công bố công khai.

3. Điểm tồn tại

Việc khảo sát ý kiến các BLQ để rà soát, điều chỉnh, cập nhật mục tiêu đào tạo và CĐR còn hạn chế về số lượng và chưa đa dạng các lĩnh vực.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời trong các đợt rà soát, điều chỉnh, cập nhật CTĐT tiếp theo theo định kỳ 2 năm/lần, TT.QLCL và Khoa sẽ thực hiện phân bổ số lượng phiếu khảo sát về CĐR đảm bảo số lượng, đa dạng các lĩnh vực trong việc lấy ý kiến các BLQ.

5. Tự đánh giá: Đạt (4/7)

Kết luận về Tiêu chuẩn 1:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

- Mục tiêu CTĐT ngành Marketing xác định rõ ràng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội về trong lĩnh vực thương mại, marketing trong thời đại cuộc cách mạng công nghiệp 4.0; Mục tiêu CTĐT ngành Marketing được xây dựng phù hợp với tầm nhìn sứ mạng của Nhà trường và phù hợp với mục tiêu của Giáo dục đại học.

- CĐR ngành Marketing được xác định rõ ràng, súc tích, phản ánh được mục tiêu của CTĐT, đảm bảo khối lượng kiến thức và kỹ năng NH cần đạt được sau khi hoàn thành CTĐT; CĐR thể hiện các mức độ giảng dạy và trình độ năng lực mà NH cần phải đạt được, vì vậy có thể đo lường và đánh giá được.

- CĐR của CTĐT trình độ ĐH ngành Marketing được xây dựng, rà soát, bổ sung, điều chỉnh, hoàn thiện định kỳ theo quy định của Trường, trong đó có tiếp thu các ý kiến phản hồi của các tổ chức độc lập và từ các BLQ trong và ngoài trường nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn lực của ngành Marketing. Đồng thời được công bố công khai trên các kênh thông tin của Nhà trường và Khoa.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Một số hạn chế của CĐR của CTĐT ngành Marketing được xác định: việc rà soát, điều chỉnh và cập nhật mục tiêu chưa được rà soát một cách kỹ lưỡng về tính phù hợp với nhu cầu XH hiện nay, thiếu cập nhật chương trình của nước ngoài; Khoa mới thực hiện rà soát và điều chỉnh CĐR của CTĐT theo hướng dẫn, quy định của nhà trường, của Trường ĐH CT TP.HCM mà chưa chủ động tiến hành công việc này theo từng năm học. Sự gắn kết giữa Khoa Thương mại và NTD để nắm bắt nhu cầu từ phía NTD còn hạn chế, số lượng phiếu khảo sát chưa lớn và đa dạng đối tượng.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 1:

Có 1/3 tiêu chí đạt điểm 5, 2/3 tiêu chí đạt điểm 4. Mức trung bình: 4,33; Số tiêu chí đạt: 3; Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%

Tiêu chuẩn 2. Bản mô tả chương trình đào tạo

Để giúp NH, NTD và các BLQ khác có cơ hội tiếp cận và tìm hiểu về CTĐT ngành Marketing của Trường ĐH CT TP.HCM, HĐKH Khoa Thương mại đã thành

lập ban soạn thảo CTĐT ngành Marketing, từ đó xây dựng Bản mô tả CTĐT và công bố công khai đến các BLQ thông qua nhiều hình thức khác nhau. Điều này giúp cho NH hiểu rõ về CTĐT và chủ động lên kế hoạch học tập theo từng học kỳ phù hợp với năng lực của bản thân. Đồng thời, các cơ quan, tổ chức nghề nghiệp, công ty doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng nhân lực ngành Marketing cũng có thể tìm hiểu và lựa chọn các ứng viên tiềm năng cho các vị trí tuyển dụng của mình. Định kỳ, HĐKH Khoa tiến hành rà soát để cập nhật Bản mô tả CTĐT và ĐCCT và công bố công khai qua nhiều hình thức khác nhau.

Tiêu chí 2.1. Bản mô tả chương trình đào tạo đầy đủ thông tin và cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Bản mô tả CTĐT năm 2021 đã cung cấp đầy đủ các nội dung theo quy định: tên chương trình, văn bằng, loại hình ĐT, thời gian ĐT, số tín chỉ, mục tiêu và CDR CTĐT; cơ hội việc làm và học tập sau khi hoàn thành chương trình học, tiêu chí tuyển sinh, quá trình đào tạo, cấu trúc CTDH, danh sách các HP, ma trận kỹ năng đáp ứng giữa các HP và CDR CTĐT; kế hoạch ĐT; mô tả các HP; ĐCCT các HP; thời điểm thiết kế và điều chỉnh Bản mô tả CTĐT và việc phê duyệt [H2.02.01.01].

Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 được điều chỉnh, bổ sung như: mục tiêu đào tạo bổ sung đầy đủ hơn, mã hóa được các mục tiêu CTĐT, CDR của CTĐT. Bản mô tả CTĐT năm 2022 đã thiết lập ma trận đáp ứng giữa mục tiêu và CDR của CTĐT, CDR CTĐT với quy định CDR của VQF, mối liên hệ giữa CDR với PPDH và PPĐG, ma trận giữa khối kiến thức và CDR của CTĐT; các rubric đánh giá CDR; chuyển đổi thời lượng tín chỉ cho các khối kiến thức toàn khóa là 121 tín chỉ; cấu trúc lại chương trình, ghép HP và thay đổi nội dung HP; tăng thời lượng thực hành ở 02 HP, thay đổi trình tự dạy các HP tự chọn, thay đổi hình thức thi từ tự luận sang vấn đáp; bổ sung một số HP tự chọn thành HP bắt buộc; chuyển một số HP từ khối kiến thức tự chọn sang bắt buộc và ngược lại; bổ sung thêm một số HP tự chọn vào khối kiến thức chuyên ngành; điều chỉnh tên một số HP cho phù hợp; chỉnh sửa về hình thức trình bày; xác định rõ HP tiên quyết, học trước, học song hành cho từng HP; xác định rõ tiêu chí tuyển sinh, quá trình ĐT và điều kiện tốt nghiệp, chiến lược giảng dạy – học tập... [H2.02.01.02].

Năm 2024, theo định kỳ 2 năm, Trường tiến hành điều chỉnh và cập nhật CDR, cấu trúc CTĐT theo hướng linh hoạt, giúp người học có nhiều lựa chọn, thiết kế các học phần phù hợp để liên thông trong các CTĐT cử nhân – kỹ sư – thạc sĩ, đo được CDR học phần và CDR CTĐT. Theo đó, cấu trúc CTĐT đã thay đổi khối lượng học tập giữa các khối kiến thức giáo dục đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành. Tỷ lệ các HP cơ sở ngành và chuyên ngành tăng lên, tỷ lệ các học phần tự chọn trên 10%

trên tổng thể CTĐT, tỉ lệ các HP thực tập, thực hành, khóa luận trên 25% trên tổng thể CTĐT [H2.02.01.03].

Trong quá trình điều chỉnh, bổ sung Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2021 và năm 2022 Trường và Khoa đã tham khảo, đối sánh với CTĐT qua các lần điều chỉnh, đối sánh với các trường trong nước như Ngành Marketing Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG-HCM; Ngành Marketing Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng; Ngành Marketing Trường WHARTON, Hoa kỳ. [H2.02.01.04], [H2.02.01.05].

Thông tin về bản mô tả CTĐT được công bố công khai trên trang điện tử của Trường và Khoa để NH tham khảo, đồng thời cũng được cập nhật trong các tài liệu quảng bá, phổ biến trong buổi gặp mặt đầu khoá của NH [H2.02.01.06], [H2.02.01.07].

2. Điểm mạnh

CTĐT được mô tả chi tiết và đầy đủ thông tin giúp các BLQ có đầy đủ thông tin để đánh giá. Việc rà soát điều chỉnh thực hiện định kỳ giúp bổ sung, hoàn thiện CTĐT giúp cập nhật kiến thức thực tế hỗ trợ cho NH tốt hơn.

3. Điểm tồn tại

Bản mô tả CTĐT mặc dù được cập nhật nhưng việc lấy ý kiến khảo sát định kỳ của các nhà khoa học, nhà tuyển dụng, GV và NH nhưng chưa được làm thường xuyên. Tiến trình đào tạo được thể hiện trong bản mô tả chương trình còn một vài hạn chế trong việc học vượt, học văn bằng 2, học sớm của người học. Ngoài ra, đối sánh CTĐT chưa có sự đối sánh với các trường ngoài nước.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời khi điều chỉnh CTĐT Khoa sẽ xác định số lượng và đối tượng lấy ý kiến của các BLQ bảo đảm thông tin thu thập đủ độ tin cậy. Khoa phối hợp với các Phòng ban chức năng như Phòng Đào tạo, TT TS&TT, TT.QLCL... tổ chức các buổi hội thảo khoa học thường xuyên theo định kỳ cùng với các bên liên quan để đánh giá, rà soát điều chỉnh CTĐT sao cho phù hợp với tình hình thực tiễn xã hội. Khoa tham khảo CTĐT của các nước khác để đối sánh một cách khách quan và hiệu quả CTĐT ngành Marketing.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 2.2. Đề cương các học phần đầy đủ thông tin và cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Trường đã ban hành hướng dẫn về mẫu đề cương HP, theo đó tất cả (100%) đề cương HP cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan: tên đơn vị phụ trách, tên giảng viên đảm nhận giảng dạy; tên HP; số tín chỉ; mục tiêu, CDR của HP, ma trận liên kết

nội dung chương mục với CDR; các yêu cầu của HP; cấu trúc HP; phương pháp dạy-học; phương thức kiểm tra, đánh giá; tài liệu chính và tài liệu tham khảo... [H2.02.02.01].

Tất cả (100%) đề cương các HP trong CTĐT được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch Trường. Trong chu kỳ đánh giá, điều chỉnh HP của CTĐT ngành Marketing được rà soát, điều chỉnh 02 lần vào các năm 2022 và năm 2024 [H2.02.02.02]. Đồng thời, nội dung hoạt động rà soát và điều chỉnh được Trường ban hành Quy định, Hướng dẫn về việc sửa đổi, cập nhật (Quyết định số 161/QĐ-DCT năm 2022, Quyết định 3015/QĐ-DCT ngày 19/10/2023) [H2.02.02.03].

So với lần ban hành năm 2021 thì lần rà soát điều chỉnh năm 2022 và 2024 đã có nhiều thay đổi: tập trung thực hiện đối với CDR; bổ sung ma trận liên kết nội dung chương mục với CDR HP và ma trận giữa CDR của HP với CDR của CTĐT; điều chỉnh tên HP, mã HP, điều kiện tiên quyết, tiến trình đào tạo các HP; điều chỉnh tên một số HP cho phù hợp; chỉnh sửa về hình thức trình bày; xác định rõ HP tiên quyết, học trước, học song hành cho từng HP; PP giảng dạy – học tập; điều chỉnh nguồn học liệu (tài liệu chính, tài liệu tham khảo); làm rõ, cụ thể hơn về cách thức KTĐG HP (hình thức kiểm tra; nội dung; thời điểm; chỉ báo thực hiện; tỷ trọng điểm, ...); bổ sung thêm một số mục đảm bảo quy định của Công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục QLCL- Bộ GD&ĐT [H2.02.02.04], [H2.02.02.05].

Việc điều chỉnh và cập nhật đề cương HP yêu cầu GV phải thường xuyên nghiên cứu nắm bắt những yêu cầu mới của HP, cập nhật những kiến thức, giáo trình mới, và lấy ý kiến các bên liên quan để điều chỉnh và cập nhật đề cương HP một cách phù hợp tạo điều kiện cho NH được học những kiến thức mới, đáp ứng yêu cầu của công việc [H2.02.02.06].

Bảng mô tả CTĐT, đề cương rút gọn HP thể hiện chuẩn đầu ra, mục tiêu học phần, nội dung học phần và các kế hoạch giảng dạy đều có chữ ký đầy đủ được Hiệu trưởng phê duyệt, ký ban hành và được công bố trên website của Trường và của Khoa; hướng dẫn cho NH trong chương trình sinh hoạt công dân đầu khóa, và gửi/giới thiệu trực tiếp cho NH qua buổi học đầu tiên của HP [H2.02.02.07], [H2.02.02.08].

2. Điểm mạnh

Đề cương các HP của ngành Marketing thể hiện đầy đủ các thông tin, thể hiện rõ các mức độ giảng dạy tương ứng với các trình độ năng lực mà NH cần đạt được sau khi học xong HP. Đề cương HP được thực hiện rà soát điều chỉnh theo định kỳ giúp bổ sung, hoàn thiện đề cương HP theo hướng tiếp cận kiến thức mới, yêu cầu mới.

3. Điểm tồn tại

Các ý kiến đóng góp của cựu NH cho việc cải tiến cập nhật đề cương HP còn hạn chế. Việc rà soát, đánh giá, kiểm tra đề cương chi tiết từng HP tuy thường xuyên và định kỳ nhưng còn hạn chế bởi chưa có hệ thống công cụ lấy ý kiến khảo sát hoàn chỉnh các đối tượng có liên quan tham gia, đặc biệt là phía nhà tuyển dụng, cựu NH. Khoa còn hạn chế về CSVC, điều này làm cho GV, NH khó tiếp cận với nguồn dữ liệu hiện đại, mới, mang tính hội nhập.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa kết hợp với TT. QLCL rà soát, cập nhật thông tin vào các phiếu khảo sát. Hoàn thiện và xây dựng thêm các kênh thông tin tiếp nhận ý kiến đóng góp từ các cựu NH, NTD về đề cương HP để việc cập nhật đề cương HP, như ghi nhận ý kiến góp ý của NTD ngay khi sinh viên đi thực tập tại doanh nghiệp nhằm ngày càng hoàn chỉnh hơn đề cương HP.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 2.3. Bản mô tả chương trình đào tạo và đề cương học phần được công bố công khai và các bên liên quan dễ dàng tiếp cận.

1. Mô tả hiện trạng

Bản mô tả CTĐT và 100% đề cương các HP trong CTĐT được công bố công khai bằng nhiều hình thức khác nhau thể hiện qua Bảng 2.1 dưới đây

Bảng 2.1. Các kênh thông tin công khai CTĐT và ĐCCT

	Kênh truyền thông	Loại tài liệu	Người chịu trách nhiệm truyền thông	Đối tượng tiếp nhận thông tin
CTĐT	Hộp Khoa	Văn bản	Trưởng khoa	GV
	Website	Văn bản số dạng pdf	Quản trị mạng	Mọi đối tượng
	Hội thảo	Báo cáo tham luận	Phó TK phụ trách NCKH	Cựu NH, NTD
Đề cương HP	Buổi học đầu tiên	File PDF	GV	NH

Các Bản mô tả CTĐT và đề cương các HP của ngành Marketing được lưu trữ tại phòng Đào tạo, tại Khoa Thương mại và được công bố công khai một số đề cương rút gọn với chuẩn đầu ra, mục tiêu HP, nội dung HP trên website theo quyết định của Hiệu trưởng [H2.02.03.01].

Khoa sử dụng Bản mô tả CTĐT để giới thiệu về CTĐT đến từng CB, GV trong các buổi họp Khoa/Bộ môn, đồng thời kèm theo Bản mô tả CTĐT là tất cả

(100%) Đề cương HP gửi tới hộp thư điện tử của CB, GV Khoa/Bộ môn; triển khai CTĐT đến NH qua nhiều kênh thông tin công khai khác như: tuần sinh hoạt công dân đầu khóa; các buổi sinh hoạt với CVHT; GV giới thiệu CTĐT và tư vấn, hỗ trợ NH trong quá trình lựa chọn HP và xây dựng kế hoạch học tập [H2.02.03.02].

Bản mô tả CTĐT và tất cả đề cương HP được công bố công khai trên website của Khoa và phòng Đào tạo với những nội dung rút gọn như CDR HP, mục tiêu HP và nội dung HP tạo nhằm đáp ứng nhu cầu tìm hiểu của các BLQ như NH, NTD, và các BLQ quan tâm [H2.02.03.03], [H2.02.03.04].

2. Điểm mạnh

Bản mô tả CTĐT và đề cương HP luôn được kịp thời công bố công khai, rộng khắp qua nhiều kênh trực tiếp cũng như gián tiếp nhằm tạo điều kiện tiếp cận tốt nhất cho các BLQ.

3. Điểm tồn tại

Chưa có cơ chế đánh giá mức độ tiếp cận bản mô tả CTĐT và ĐCHP của các BLQ.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Phòng Đào tạo, TT TS&TT, TT.QLCL và Khoa Thương mại sẽ tăng cường thông qua Hội cựu NH, đơn vị doanh nghiệp... nhằm công khai bản mô tả CTĐT, xây dựng cơ chế đánh giá mức độ tiếp cận của các BLQ. Đồng thời lên kế hoạch khảo sát các đối tượng có liên quan (đặc biệt là doanh nghiệp) về phương thức tiếp cận bản mô tả CTĐT và ĐCHP, từ đó ra các quyết định lựa chọn cách thức phổ biến thông tin hiệu quả hơn, đáp ứng nhu cầu.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về tiêu chuẩn 2:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

- Việc xây dựng CTĐT được thực hiện theo quy trình và biểu mẫu rõ ràng. Các thông tin trong bản mô tả CTĐT ngành Marketing được thể hiện đầy đủ và tường minh; Bản mô tả CTĐT ngành Marketing luôn cập nhật những vấn đề theo các xu hướng đào tạo và nghiên cứu mới của các đơn vị đào tạo trong nước phù hợp nhu cầu của thị trường lao động về lĩnh vực thương mại, marketing.

- Đề cương các HP của ngành Marketing thể hiện đầy đủ các thông tin, thể hiện rõ các mức độ giảng dạy tương ứng với các trình độ năng lực mà NH cần đạt được sau khi học xong HP; Tất cả các ĐCCT HP được rà soát, đánh giá và điều chỉnh định kỳ hằng năm. Đặc biệt, các CDR của HP được rà soát lại để có thể lượng hóa chính xác mức độ đáp ứng CDR của CTĐT, đồng thời phương pháp dạy và học được chi tiết hóa theo CDR.

- Bản mô tả CTĐT và đề cương các HP ngành Marketing được công bố công khai rộng rãi bằng nhiều hình thức khác nhau (công bố công khai trên website, trong buổi gặp mặt NH đầu khoá học, sinh hoạt với CVHT...), tạo điều kiện cho BLQ dễ dàng tiếp cận và sử dụng.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

CTĐT và ĐCCT cần được xây dựng, điều chỉnh, cập nhật, bổ sung trên cơ sở đối sánh và công khai đầy đủ cho các BLQ. Xây dựng các kênh công bố bản mô tả CTĐT và đề cương HP phù hợp. Ngoài ra, hoạt động cập nhật xu hướng và CTĐT ngành Marketing với các đơn vị, tổ chức quốc tế chưa được triển khai.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 2:

Có 3 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5,0; Số tiêu chí đạt: 3; Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%.

Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

CTDH ngành Marketing được xây dựng dựa trên mục tiêu đào tạo và yêu cầu đạt được các kết quả học tập mong đợi đã đề ra. Trong quá trình xây dựng CTDH, Tổ soạn thảo CTDH đã cân nhắc và khảo sát ý kiến của các BLQ trong việc phân bổ các khối kiến thức đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành để phù hợp với các CĐR của CTDH. Thực hiện theo định hướng ứng dụng, CTDH ngành Marketing cũng chú trọng tỷ lệ lý thuyết và thực hành của các HP, nhằm cung cấp đầy đủ các kiến thức chuyên môn về pháp luật cho NH cũng như các kỹ năng nghề nghiệp cần thiết để làm việc trong lĩnh vực thương mại, marketing. Vì vậy, mỗi HP đều có vai trò quan trọng và đóng góp cho CĐR của CTDH.

Tiêu chí 3.1. Chương trình dạy học được thiết kế dựa trên chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

CĐR giúp xây dựng CTĐT và từ đó, CTDH gắn kết và xây dựng dựa trên việc đáp ứng CĐR. CĐR là những gì mà NH phải đạt được sau khi học về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm của NH. Thực hiện phương châm này, CTDH ngành Marketing đã được Trường ban hành và công bố các năm 2021, năm 2022, năm 2024. CTDH ngành Marketing năm 2022 được xây dựng, điều chỉnh dựa trên CĐR năm 2021, đến năm 2024 được điều chỉnh, bổ sung dựa trên cơ sở CĐR về kiến thức, kỹ năng phẩm chất cá nhân, kỹ năng tương tác, năng lực thực hành nghề nghiệp (năng lực tự chủ) [H3.03.01.01]. CĐR năm 2024 gồm có 9 CĐR Mức năng lực từ 1 đến 6, CĐR của CTĐT từ mức PLO1 đến mức PLO9 (Bảng 3.1, Phụ lục IV).

Để đạt được CĐR, CTDH được thiết kế bao gồm 121 tín chỉ. Trong đó, các HP thuộc về kiến thức chung có trang bị cho NH kỹ năng nghiên cứu; những HP thuộc về kiến thức ngành cung cấp những kiến thức nền tảng về cơ sở ngành; những HP thuộc về kiến thức chuyên ngành trang bị cho NH những kiến thức, kỹ năng

chuyên môn. Điều này được thể hiện qua: bản mô tả CTĐT và đề cương HP [H3.03.01.02].

CTDH đảm bảo việc đạt được CDR của ngành Marketing thể hiện cụ thể thông qua Bản mô tả CTĐT và đề cương HP, ma trận kỹ năng [H3.03.01.03] và mô tả CDR của CTĐT, bao gồm các nội dung: Mục tiêu chung và mục tiêu cụ thể của CTĐT, CDR của CTĐT và CDR của mỗi HP, nội dung đào tạo, phương pháp kiểm tra đánh giá và thời lượng đào tạo của ngành và mỗi HP.

Trong đề cương HP có mô tả HP, mỗi HP đều có mục tiêu, CDR, có ma trận từng chương của HP với CDR của HP. CTDH có bảng Ma trận quan hệ giữa các HP và CDR của CTĐT (PLOs) thể hiện mức độ đáp ứng các CDR của khối kiến thức chung/khối kiến thức đại cương, cơ sở ngành/chuyên ngành, kỹ năng (Kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp), năng lực tự chủ và trách nhiệm (đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội và khả năng học tập suốt đời).

CTDH toàn khoá được thiết kế phù hợp, phân bổ trong 07 học kỳ đảm bảo NH được trang bị từ kiến thức cơ bản đến kiến thức cơ sở ngành, kiến thức chuyên ngành [H3.03.01.04]. Thực hiện phương châm này, CTDH được lồng ghép phương pháp giảng dạy, học tập, tự nghiên cứu, phương pháp kiểm tra/đánh giá kết quả học tập NH của 100% HP trong CTĐT phù hợp và hỗ trợ việc đạt được CDR. Mỗi nội dung giảng dạy trong CTDH đã có sự chuẩn bị kỹ càng từ xây dựng bài giảng, bài tập kiểm tra, bài tập thực hành, đề tài tiểu luận tự nghiên cứu để vừa cung cấp kiến thức cho NH, đồng thời cũng giúp NH tự nghiên cứu để rèn luyện các kỹ năng, từ đó tăng mức tự chủ và chịu trách nhiệm bản thân [H3.03.01.05]. Đồng thời, kiểm tra đánh giá được thực hiện xuyên suốt từ đầu vào – quá trình – đầu ra thông qua hoạt động: tuyển sinh đầu vào – Học tập các môn học theo chương trình và khoá luận tốt nghiệp – xét tốt nghiệp; tùy vào từng mục đích đánh giá mà cách thức kiểm tra đánh giá cũng được lựa chọn cho phù hợp với các CDR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và tự chịu trách nhiệm.

Nhà trường đã khảo sát ý kiến các bên liên quan (như: GV; PGS, TS chuyên gia đầu ngành về giáo dục; NTD; cựu NH) về CTDH trình độ ĐH chuyên ngành Marketing đã được xây dựng dựa trên sự kết hợp giữa CTDH của trường ĐH và các bên liên quan đã hướng tới 3 tiêu chí đánh giá như sau: 1- cấu trúc và yêu cầu đề cương HP; 2- nội dung đề cương HP; 3- kiểm tra đánh giá, đều đạt yêu cầu. Ngoài ra, trước khi NH tốt nghiệp, Trường tổ chức khảo sát, đánh giá chất lượng chương trình của chuyên ngành đến từng NH và kết quả khảo sát cho thấy mức độ NH hài lòng về chương trình khá cao (trên 85%) [H3.03.01.06].

2. Điểm mạnh

CTDH được xây dựng phù hợp yêu cầu của CDR. Các ĐCCT trong từng HP

đều thể hiện tính gắn kết giữa dạy – học và đánh giá để đạt được CĐR. Nhà trường thường xuyên có các buổi hội thảo trao đổi về cách sử dụng phương pháp giảng dạy, kiểm tra đánh giá cho các GV để nâng cao hiệu quả trong quá trình dạy học.

3. Điểm tồn tại

NTD là một trong các BLQ khi xây dựng CĐR cho CTDH nhưng việc ghi nhận sự phản hồi của doanh nghiệp khi tham gia trong CTDH chưa được thể hiện đầy đủ. Sự tham gia, góp ý của các bên liên quan về CĐR của CTDH chưa được triển khai đầy đủ và sâu rộng để Nhà trường có thêm thông tin xây dựng CTDH. Phản hồi của DN, GV, NH về CĐR của CTDH chưa được thể hiện đầy đủ; chưa được triển khai đầy đủ và sâu rộng.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa xây dựng kế hoạch và triển khai điều chỉnh CTDH tiếp theo, xây dựng bản mô tả CĐR của CTDH độc lập, chi tiết và ngắn gọn để tiến hành lấy ý kiến của các BLQ.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 3.2. Đóng góp của mỗi học phần trong việc đạt được chuẩn đầu ra là rõ ràng.

1. Mô tả hiện trạng

CTDH ngành Marketing trình độ ĐH năm 2024 (tiêu chí 3.1) được cấu trúc thành các khối kiến thức theo trình tự từ đại cương, cơ sở ngành đến ngành chuyên sâu như được mô tả trong Bảng 3.2.

Bảng 3.2: Cấu trúc các khối kiến thức của CTĐT ngành Marketing

Stt	Khối kiến thức	Số tín chỉ	Tỷ lệ %
1	Giáo dục đại cương	24 tín chỉ	19.8%
2	Cơ sở ngành	40 tín chỉ	33.1%
3	Chuyên ngành (bao gồm kiến thức học kỳ doanh nghiệp được bố trí giảng dạy vào học kỳ 7)	57 tín chỉ	47.1%
4	Chuyên sâu đặc thù	0 tín chỉ	0%
Tổng toàn khóa		121	100%

Để đảm bảo các HP hướng đến đạt CĐR của CTĐT, 100% các môn học/HP trong CTDH được xây dựng theo hướng tương thích với các yêu cầu của CĐR theo từng yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, khả năng rèn luyện tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của NH thông qua việc xác định mục tiêu của HP nhằm đạt CĐR được phân nhiệm với trình độ năng lực cụ thể, sau đó xác định CĐR HP để đạt mục tiêu, từ đó

mới xây dựng nội dung bài giảng, phương pháp giảng dạy và học tập, cách thức kiểm tra đánh giá nhằm đạt CĐR HP. Điều này thể hiện rõ nét trong CTDH, ĐCHP, Ma trận mối quan hệ giữa các HP và CĐR của CTĐT. Mức năng lực từ 1 đến 6, CĐR của chương trình đào tạo từ PLO1 đến mức PLO9 (bảng 3.3, Phụ lục IV) [H3.03.02.01].

Mặt khác, các HP tự chọn sẽ giúp NH tự chọn những HP phù hợp với nguyện vọng, sở trường, cũng như định hướng công việc của bản thân. Mỗi HP tự chọn đều có đề cương được xây dựng theo hướng giúp NH đáp ứng những yêu cầu của CĐR, đảm bảo 100% các yêu cầu của kiến thức, kỹ năng, tự chủ tự chịu trách nhiệm và những mục tiêu khác của CĐR [H3.03.02.02].

100% các HP trong CTDH xác định rõ tổ hợp các phương pháp dạy và học (Bảng 3.3) (Trình bày cụ thể trong tiêu chuẩn 4), phương pháp kiểm tra/đánh giá (Bảng 3.4) (tiêu chuẩn 5) phù hợp, tương thích và hỗ trợ nhau tốt nhất để đảm bảo NH đạt được CĐR [H3.03.02.03].

Bảng 3.3. Mối liên hệ giữa Chuẩn đầu ra (PLOs) và phương pháp dạy – học

Chiến lược và phương pháp dạy học		PLO									Ghi chú
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
I	Dạy trực tiếp										
1	Giải thích cụ thể	x		x	x	x	x	x	x	x	
2	Thuyết giảng	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
3	Đặt câu hỏi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
II	Dạy học tương tác										
1	Thảo luận	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
2	Học nhóm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

Bảng 3.4. Mối liên hệ giữa Chuẩn đầu ra (PLOs) và Kiểm tra đánh giá

Phương pháp đánh giá		PLO									Ghi chú
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
I	Đánh giá quá trình										
1	Thảo luận nhóm	x	x								
2	Bài tập nhóm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
3	Thuyết trình	x	x	x	x	x			x		
4	Viết	x		x	x	x	x	x	x	x	
II	Đánh giá tổng kết/định kỳ										
1	Trắc nghiệm	x	x	x	x	x					

Phương pháp đánh giá		PLO									Ghi chú
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
2	Viết	x	x	x	x	x			x		

Đa phần đề cương các HP cũng được rà soát cập nhật và bổ sung theo góp ý của các BLQ như NH, GV. Từ năm 2021 đến nay đã có 02 lần rà soát bổ sung điều chỉnh đề cương môn học theo CTĐT vào năm 2022 và 2024 với mục đích đảm bảo yêu cầu theo quy định của luật Giáo dục đại học, VQF và cập nhật cho phù hợp với yêu cầu của xã hội, thị trường lao động và những phát triển của lĩnh vực về thương mại, marketing trong nước và thế giới [H3.03.02.04].

Qua kết quả các đợt khảo sát lấy ý kiến từ NH cuối mỗi học kỳ và cuối khóa học, cho thấy: trên 80% hài lòng với nội dung của các HP được thiết kế trong chương trình. Thông qua việc kiểm tra, đánh giá điểm quá trình, điểm kết thúc HP và điểm luận văn/khóa luận của NH để đo lường mức độ đạt được CĐR của mỗi môn học đều đạt yêu cầu; chứng tỏ mỗi HP đều có đóng góp rõ ràng trong việc đạt được CĐR của chương trình [H3.03.02.05].

2. Điểm mạnh

Các học phần trong CTDH có sự tương thích về nội dung và thể hiện được sự đóng góp cụ thể của mỗi học phần, các học phần đã xác định rõ các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá phù hợp nhằm đạt được CĐR và và định kỳ được lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

3. Điểm tồn tại

Chưa tổ chức phân tích đánh giá việc đạt CĐR của người học một cách bài bản ở góc độ CTDH.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa xây dựng kế hoạch và thực hiện phân tích đánh giá việc đạt được CĐR dưới góc độ CTDH một cách hệ thống.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 3.3. Chương trình dạy học có cấu trúc, trình tự logic; nội dung cập nhật và có tính tích hợp.

1. Mô tả hiện trạng

Từ năm 2021, Trường đã ban hành CĐR cho từng CTĐT ngành Marketing xuất phát từ yêu cầu của CĐR được phân nhiệm với mức trình độ năng lực tương ứng, các HP được xác định nhằm đáp ứng tốt nhất yêu cầu của CĐR.

Cấu trúc của CTDH ngành Marketing (tiêu chí 3.1) được trình bày trong Bảng 3.5 bao gồm khối kiến thức chung, khối kiến thức cơ sở ngành và khối kiến thức

chuyên ngành.

Bảng 3.5. Cấu trúc chương trình đào tạo ngành Marketing năm 2024

Bậc đào tạo	Thời gian đào tạo	Tổng khối lượng kiến thức tích lũy (121 TC)						Tổng khối lượng
		Kiến thức chung	Kiến thức cơ sở ngành bắt buộc	Kiến thức cơ sở ngành tự chọn	Kiến thức chuyên ngành bắt buộc	Kiến thức chuyên ngành tự chọn	Đồ án tốt nghiệp	
Đại học	3,5 năm							
Số tín chỉ:		24	33	7	48	3	6	121
Tỷ lệ %:		20	27	5.7	39	3.4	4.9	100

CTDH có cấu trúc, trình tự tương đối logic gồm thông tin chung về CTĐT, mục tiêu và CDR của CTĐT, cấu trúc nội dung CTĐT, PPGD và PPKTĐG, kế hoạch đào tạo. Các HP trong CTDH được cấu trúc hợp lý, đảm bảo sự gắn kết và liên mạch giữa các HP đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành, tạo thành một CTDH có tính thống nhất cao.

Trong CTĐT được sắp xếp khoa học nhằm trang bị cho NH có kiến thức từ phẩm chất đạo đức, kỹ năng mềm, kiến thức chuyên môn vững vàng, năng lực thực hành tốt, khả năng thích ứng cao trước sự phát triển của thị trường; có khả năng phát hiện và giải quyết một số vấn đề học thuật và thực tiễn thuộc ngành, chuyên ngành được đào tạo đảm bảo 100% các HP trong CTDH được tích hợp lồng ghép và bố trí hợp lý [H3.03.03.01].

Kiến thức chung, cơ sở ngành và chuyên ngành, không những đáp ứng yêu cầu của VQF về kết cấu của chương trình mà còn đảm bảo sự gắn kết và liên mạch giữa các khối kiến thức khi khối kiến thức trước sẽ là nền tảng để học và nghiên cứu cho các khối kiến thức sau. Các HP thuộc các khối kiến thức được sắp xếp hợp lý từ thời lượng cho đến thứ tự học tập nhằm trang bị kiến thức cho NH để dễ dàng tiếp thu những HP phía sau. Bên cạnh đó, CTĐT còn có các HP tự chọn, giúp NH lựa chọn được những HP mà bản thân thấy thiết thực và cần thiết cho công việc. Thời lượng của từng khối kiến thức được xây dựng cân đối hài hòa, đảm bảo đáp ứng tiêu chí của CDR, theo đó phần kiến thức chuyên ngành chiếm hơn 41% tổng thời lượng của CTĐT nhằm đảm bảo trang bị cho NH kiến thức chuyên sâu về chuyên ngành, khóa luận chiếm 4,9% thời lượng giúp NH xây dựng các kỹ năng trong thực hiện công việc cũng như khả năng quản lý, khả năng tự chủ và có trách nhiệm [H3.03.03.02], [H3.03.03.03].

CTDH được rà soát điều chỉnh hai năm một lần chung với CTĐT nhằm điều chỉnh cho phù hợp với yêu cầu đảm bảo tối đa việc đáp ứng CDR của CTĐT. Trong chu kỳ đánh giá, Nhà trường đã thực hiện rà soát/điều chỉnh, bổ sung và cập nhật

CTDH năm 2022 và năm 2024. Để rà soát, cập nhật CTDH, Nhà trường đã ban hành KH/Thông báo rà soát CTDH. Theo đó, việc rà soát, cập nhật CTDH được thực hiện theo Quyết định số 3229/QĐ-DCT năm 2019, Quyết định số 161/QĐ-DCT năm 2022, Quyết định số 3015/QĐ-DCT ngày 19/10/2023) [H3.03.03.04]. Công việc rà soát được thực hiện như sau: được tiến hành định kỳ từ 2 năm một lần bởi Hội đồng khoa học của Khoa dựa trên phản hồi của các bên liên quan và tham khảo các CTDH của các trường đại học uy tín về ngành Marketing như: Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG-HCM; Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng; Trường WHARTON, Hoa kỳ.

Theo đó, đề cương chi tiết các học phần cũng được điều chỉnh và cập nhật vào CTDH [H3.03.03.05].

Khi điều chỉnh CTDH, Trường và Khoa có tham khảo CTĐT của một số trường Đại học trong nước: Ngành Marketing Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG-HCM; Ngành Marketing Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng; Ngành Marketing Trường WHARTON, Hoa kỳ [H3.03.03.06].

2. Điểm mạnh

Các học phần trong CTDH được bố trí hợp lý và được cấu trúc đảm bảo sự gắn kết và liên mạch giữa các học phần đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành, được định kỳ rà soát, cập nhật 2 năm/lần. Khi cập nhật, rà soát CTDH, Khoa tham khảo các CTĐT của các trường có uy tín.

3. Điểm tồn tại

Về tính cập nhật của CTDH thì việc khảo sát tiếp thu ý kiến của các BLQ chưa hiệu quả, chưa tham khảo các CTDH của nước ngoài. Tính tích hợp của chương trình dạy học chưa thể hiện rõ ràng.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa/Bộ môn sẽ mở rộng và đa dạng góp ý các BLQ, đặc biệt là lấy ý kiến của NTD. Khoa/Bộ môn cũng nâng cao chất lượng công tác đối sánh, sử dụng kết quả đối sánh để cải thiện CTDH. Tăng cường tính tích hợp của CTDH.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về Tiêu chuẩn 3:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

CTDH ngành Marketing được thiết kế dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng và mức tự chủ, tự chịu trách nhiệm NH. Khoa đã chú trọng tới tính logic của các HP trong chương trình dạy học, nhằm đảm bảo cho NH được tiếp cận các kiến thức theo trình tự từ cơ bản đến chuyên sâu, từ khối lĩnh vực rộng đến kiến thức chuyên ngành hẹp tự chọn; Đồng thời, để góp phần hỗ trợ hiệu quả việc đạt

được CĐR, GV của Khoa đã lựa chọn tổ hợp các phương pháp giảng dạy, học tập, phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của NH của tất cả các HP trong CTĐT hợp lý, phù hợp và linh hoạt góp phần đạt CĐR và có thể lượng hóa được.

Nội dung chi tiết của từng HP trong CTDH và toàn bộ ĐCCT HP của ngành Marketing được thiết kế theo quy trình, biểu mẫu rõ ràng và dựa trên CĐR. Qua ma trận các HP, ma trận kỹ năng cũng như qua việc lựa chọn các phương pháp giảng dạy, kiểm tra đánh giá của GV Khoa đã thể hiện sự đóng góp cụ thể, rõ ràng của các HP để đạt được CĐR của CTĐT ngành Marketing.

CTDH ngành Marketing có cấu trúc hợp lý và hiện đại theo hướng tích hợp, các HP trong CTDH được sắp xếp theo trình tự logic từ kiến thức đại cương đến kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành, học lý thuyết trước sau đó làm thực hành CTDH ngành Marketing được định kỳ rà soát, cập nhật. Khi điều chỉnh có tham khảo các CTDH của các trường ĐH trong và ngoài nước về thời gian đào tạo, số tín chỉ của các khối kiến thức để cải tiến và đảm bảo tính hiện đại và hội nhập quốc tế.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

CTDH thiết kế nhiều hoạt động gắn kết với doanh nghiệp, với các đơn vị ngoài Trường giúp đạt được CĐR nhưng hoạt động ghi nhận sự phản hồi của doanh nghiệp khi tham gia trong CTDH chưa được thể hiện đầy đủ.

Chưa tổ chức phân tích đánh giá CĐR của HP một cách bài bản ở góc độ CTDH.

Có đối sánh CTDH với các trường khác, tuy nhiên chưa phân tích sâu về việc sử dụng thông tin phản hồi từ sau đối sánh để cải thiện CTDH, chưa đối sánh với chương trình nước ngoài, tính tích hợp của CTDH chưa thể hiện rõ ràng.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 3:

Có 3/3 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5,00; Số tiêu chí đạt: 3; Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%.

Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Trong đào tạo ngành Marketing, phương pháp tiếp cận dạy và học có vai trò quan trọng trong việc thực hiện mục tiêu giáo dục hay triết lý giáo dục là học tập chủ động, làm việc sáng tạo. Việc lựa chọn phương pháp tiếp cận đúng sẽ giúp cơ sở đào tạo xây dựng và thực hiện CTĐT, với các tiêu chí dạy và học phù hợp với triết lý hoặc mục tiêu giáo dục. Khoa Thương mại, cũng như nhiều khoa khác trong Trường chọn cách tiếp cận lấy người học làm trung tâm, tổ chức các hoạt động dạy học và các hoạt động ngoại khóa nhằm đạt được CĐR đã tuyên bố trong CTĐT, sử dụng các phương pháp dạy học đa dạng, nhằm phát triển tính chủ động sáng tạo trong học tập cho NH. Để làm được điều này, CTĐT xác định rõ mục tiêu và CĐR về kiến thức, kỹ năng, thái độ.

Cách tiếp cận này được cụ thể hóa ở việc thiết kế chương trình với các môn học kế tiếp nhau một cách logic, môn cơ sở là môn tiên quyết cho những môn học chuyên sâu, các hoạt động dạy và học đều phải cùng hướng đến CĐR. Thông điệp về cách tiếp cận, các hoạt động dạy học và CĐR của chương trình cần được mỗi GV và NH hiểu rõ để thực hiện tốt vai trò nhiệm vụ của mình, đồng thời thể hiện sự chủ động, làm việc sáng tạo theo triết lý giáo dục.

Tiêu chí 4.1. Triết lý giáo dục hoặc mục tiêu giáo dục được tuyên bố rõ ràng và được phổ biến tới các bên liên quan.

1. Mô tả hiện trạng

Với phương châm NH luôn chủ động trong quá trình học tập, phương pháp chủ đạo là tự học và lấy NH là trung tâm; người học với tư duy sáng tạo, luôn phải thích ứng với sự thay đổi của xã hội trên nền tảng kiến thức và kỹ năng được đào tạo, được rèn luyện và phát triển mức tự chủ và trách nhiệm để hòa nhập nhanh với cộng đồng. Do đó, triết lý giáo dục của Trường ĐH CT TP.HCM là **“Học tập chủ động, làm việc sáng tạo, sống có trách nhiệm”**. Triết lý giáo dục này được tuyên bố rõ ràng theo Quyết định 3224/QĐ-DCT, ngày 30/12/2020 và Quyết định 2045/QĐ-DCT ngày 24/7/2023 về việc công bố Sứ mạng, Tầm nhìn, các giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của Trường [H4.04.01.01].

Mục tiêu và triết lý giáo dục được công bố công khai trên trang thông tin điện tử của Trường [H4.04.01.02]. Triết lý giáo dục của Trường được phổ biến rộng rãi đến các BLQ thông qua các hình thức: Đối với CB, GV thông qua Hội nghị công nhân viên chức được tổ chức đầu năm, các đơn vị triển khai phổ biến cho CB, GV qua các cuộc họp hằng tháng.

Cán bộ, GV và NH của Trường được thông tin đầy đủ và thực hiện nghiêm túc. Mục tiêu giáo dục, triết lý giáo dục của Trường được cụ thể hóa trong mục tiêu của CTĐT và đề cương HP. Tất cả GV đều tự xây dựng mục tiêu cụ thể của cá nhân trong công tác giảng dạy, NCKH thông qua bài giảng, cập nhật kiến thức, phương pháp giảng dạy. Các đơn vị quản lý thi tập trung xây dựng quy trình quản lý liên quan nhằm từng bước minh bạch hóa các thủ tục hành chính, đảm bảo cung cấp dịch vụ tốt nhất cho GV và NH [H4.04.01.03]. NH được phổ biến triết lý giáo dục thông qua tuần sinh hoạt công dân đầu khoá, các buổi sinh hoạt với cố vấn học tập [H4.04.01.04] thông qua các bài giảng của GV, thực hiện trong việc chủ động học tập, tham gia các lớp rèn luyện kỹ năng, tham gia chương trình các chương trình phục vụ cộng đồng, các cuộc thi NCKH và trong các cuộc thi khởi nghiệp đổi mới sáng tạo [H4.04.01.05].

Trường đã khảo sát các BLQ về việc hiểu biết và thực hiện các hoạt động giảng dạy, học tập, NCKH phù hợp với Triết lý giáo dục của Trường. Kết quả khảo

sát cho thấy: CB, VC và NLĐ tiếp cận những thông tin về Tầm nhìn sứ mạng, Giá trị cốt lõi và Triết lý giáo dục của Trường nhiều nhất qua trang thông tin điện tử của Trường/Khoa (32.74%); Đối với mức độ thấu hiểu về Tầm nhìn sứ mạng, Giá trị cốt lõi và Triết lý giáo dục của Trường, 92.55% CB, VC và NLĐ trả lời hiểu, 7.45% còn phân vân và được thể hiện qua việc áp dụng vào các hoạt động như Xây dựng kế hoạch làm việc của cá nhân hàng năm (15.84%); Xây dựng kế hoạch, phương hướng của đơn vị (14.03%) hay Tổ chức dạy và học; thi, kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của người học (13.51%) [H4.04.01.06].

2. Điểm mạnh

Văn bản về Triết lý giáo dục của Trường được xây dựng và tuyên bố rõ ràng, được phổ biến rộng rãi tới các các BLQ trong và ngoài trường trên các phương tiện truyền thông.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn một tỷ lệ nhất định BLQ chưa hiểu một số khía cạnh về triết lý giáo dục của Nhà trường.

4. Kế hoạch hành động

Trong giai đoạn 2025 – 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện triết lý giáo dục, và cần điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh đang thay đổi nhanh chóng. Đồng thời làm rõ các nội dung mà các BLQ còn phân vân khi áp dụng triết lý giáo dục của Nhà trường vào hoạt động thực tế.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 4.2. Các hoạt động dạy và học được thiết kế phù hợp để đạt được chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Đối với CTĐT ngành Marketing giáo dục phẩm chất chính trị; rèn luyện đạo đức, tác phong; đào tạo người học có năng lực sáng tạo và tinh thần trách nhiệm trong công việc, có kiến thức chuyên môn, có kỹ năng thực hành nghiệp vụ; vận dụng kiến thức, kỹ năng vào thực tiễn công việc trong ngành Marketing; đáp ứng yêu cầu nguồn nhân lực trong thời kỳ hội nhập. CTĐT bao gồm: Kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội; Kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành Marketing; các kỹ năng, phẩm chất cá nhân; Kỹ năng tương tác; Năng lực thực hành nghề nghiệp. Khoa đã chỉ đạo, hướng dẫn và có nhiều thảo luận với Bộ môn, GV để xây dựng hoạt động dạy học/PPGD đa dạng, phù hợp bám sát mục tiêu, triết lý giáo dục của khoa để đạt CĐR. Trong quá trình giảng dạy, GV đã lựa chọn hoạt động giảng dạy và học tập thích hợp với đặc thù của từng HP, hướng dẫn NH sử dụng tổ hợp các phương pháp nghiên cứu, học tập hiệu quả, chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt được CĐR.

[H4.04.02.01]. PPGD được mô tả rõ ràng trong đề cương các HP của các năm 2022, 2024. Với mỗi đề cương các HP đều thể hiện rõ số giờ tín chỉ đối với lý thuyết, thực hành và tự học phù hợp với điều kiện thực tế của Trường, Khoa [H4.04.02.02]. Trường đã xác định đổi mới phương pháp dạy và học là một trong những khâu đột phá nâng cao chất lượng đào tạo. Trường, Khoa đã tổ chức những hội nghị tập huấn về đổi mới phương pháp giảng dạy với sự tham gia của lãnh đạo các bộ môn, khoa, các GV, nhân viên phòng ban trong toàn trường [H4.04.02.03]. Bảng 4.1 dưới đây thể hiện sự phù hợp của các hoạt động dạy và học với các CDR tương ứng của CTĐT.

Bảng 4.1 Sự phù hợp của các hoạt động dạy và học với các CDR tương ứng của CTĐT

	Các môn học điển hình	Phương pháp dạy học chính	Các hoạt động dạy học bổ trợ	Ghi chú
PLO1	Triết học Mác- Lênin; Kinh tế chính trị Mác – Lênin; Kinh tế vi mô*	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm, Thảo luận	Bài tập cá nhân, tiểu luận	
PLO2	Marketing căn bản*; Xây dựng kế hoạch Marketing*	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm, Bài tập tình huống, Thảo luận	Bài tập cá nhân, tiểu luận, Báo cáo	
PLO3	Nghiên cứu thị trường*; Xây dựng kế hoạch Marketing	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm, thực hành,	Bài tập cá nhân, tiểu luận,	
PLO4	Sáng tạo nội dung số; Thực hành quảng cáo	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm, Thảo luận	Bài tập cá nhân, tiểu luận	
PLO5	Lập kế hoạch kinh doanh	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm, Thảo luận	Bài tập cá nhân, tiểu luận	
PLO6	Lập kế hoạch kinh doanh; Xây dựng kế hoạch Marketing	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm	Bài tập cá nhân, tiểu luận	

	Các môn học điển hình	Phương pháp dạy học chính	Các hoạt động dạy học bổ trợ	Ghi chú
		việc nhóm		
PLO7	Kỹ năng giao tiếp; Kỹ năng đàm phán; Anh văn chuyên ngành Marketing*	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm	Bài tập cá nhân, tiểu luận, báo cáo	
PLO8	Thiết kế giải pháp quản trị Marketing; Lập kế hoạch kinh doanh	Thuyết trình, hỏi – đáp, làm việc nhóm, Thảo luận	Bài tập cá nhân, tiểu luận, báo cáo	
PLO9	Xây dựng kế hoạch Marketing*	Thuyết trình, hỏi – đáp	Chuyên đề, đề tài, tiểu luận báo cáo	

Vào mỗi buổi học đầu tiên của HP, GV giới thiệu nội dung, chương trình, HP, các phương pháp học tập, tài liệu bắt buộc cũng như CDR cần đạt được cho NH. Phương pháp học tập chủ động và tiếp cận giải quyết vấn đề của người học cũng thay đổi hoàn toàn từ việc học tập, nghiên cứu độc lập sang phối hợp nhóm, chia sẻ thông tin; từ tham gia thụ động sang chủ động vào các hoạt động học tập nhằm đạt được CDR. Thay vì GV đóng vai trò giảng bài thì người học thay thế bằng cách thuyết trình các phần bài học, làm bài tập cá nhân, làm việc nhóm, viết báo cáo thu hoạch sau khi được đi kiến tập, thực tập tại doanh nghiệp, qua đó NH tự tìm hiểu, nắm vững kiến thức và chủ động học tập. Tùy theo đặc thù của mỗi HP, ngoài việc thay đổi phương pháp giảng dạy, GV đã tích cực ứng dụng CNTT để soạn bài điện tử, soạn bài giảng online... thông qua hệ thống ứng dụng Zoom được tích hợp trên Egov của nhà trường [H4.04.02.04]. GV đã được tập huấn biên soạn, đánh giá ngân hàng đề thi, thiết kế và sử dụng Rubric trong đánh giá học tập để thiết kế, biên soạn cho phù hợp với từng học phần và tính chất của môn học nhằm đáp ứng CDR của môn học. GV cũng được lắng nghe các chia sẻ những giải pháp hữu hiệu trong đào tạo trực tuyến của các chuyên gia và đồng nghiệp trong các buổi tọa nhà trường tổ chức [H4.04.02.03], tiếp thu sự phản hồi của NH qua kết quả khảo sát sự hài lòng về phương pháp giảng dạy để có sự điều chỉnh cho phù hợp [H4.04.02.06].

Việc thay đổi phương pháp dạy và học cũng gặp nhiều khó khăn, GV cần nghiên cứu nhiều hơn, xây dựng bài giảng linh hoạt hơn. Hằng năm GV đăng ký đổi mới cải tiến phương pháp dạy học cho phù hợp với NH và đáp ứng CDR của CTĐT và đối với những GV thỉnh giảng thì đôi khi gặp khó khăn do sự khác biệt về văn hoá giữa các trường. Tuy nhiên trong các cuộc họp giao ban, Hiệu trưởng thường

xuyên chỉ đạo các đơn vị thực hiện nghiêm túc nhiệm vụ, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho NH học tập, nghiên cứu một cách hiệu quả; yêu cầu các Phòng, Khoa, Bộ môn cần chú trọng đổi mới phương pháp dạy và học, nâng cao chất lượng đào tạo của Trường [H4.04.02.05].

Đánh giá hoạt động giảng dạy của GV được tiến hành thường xuyên và định kỳ với nhiều hình thức khác nhau như: giám sát, kiểm tra hoạt động giảng dạy, trong đó có phần khảo sát NH về hoạt động dạy học/các PPDH được sử dụng trong CTĐT. Phiếu khảo sát bao gồm 09 tiêu chí, trong đó tập trung khảo sát các nội dung: các hoạt động giảng dạy của GV trên lớp, các hoạt động kiểm tra, đánh giá. Phân tích kết quả khảo sát cho thấy, HK1 năm học 2023-2024 tỷ lệ hài lòng cao nhất là 4,16 đối với môn học lý thuyết và 4,24 đối với thực hành và thấp nhất là 4,13 đối với lý thuyết và 4,18 đối với thực hành. Học kỳ 2 năm học 2023-2024 tỷ lệ hài lòng cao nhất là 4,15 đối với môn học lý thuyết và 4,12 đối với thực hành và thấp nhất là 4,12 đối với lý thuyết và 4,09 đối với thực hành. [H4.04.02.06]..

2. Điểm mạnh

Hoạt động dạy và học được thiết kế đa dạng, phong phú, có tham khảo các phương pháp của các trường tiên tiến trên thế giới thông qua việc tham gia hội thảo, tập huấn về đổi mới PPDH, tọa đàm về đào tạo trực tuyến, đánh giá trong dạy học online.

3. Điểm tồn tại

Khoa đã và đang triển khai các PPDH chủ yếu trong Trường, tuy nhiên Khoa chưa tổ chức tổng kết để đánh giá một cách khoa học, toàn diện về mức độ phù hợp của mỗi phương pháp đối với mỗi HP đối với CĐR và đối với các nhóm đối tượng NH khác nhau.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 - 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời tăng cường dự giờ đồng nghiệp và tổ chức các buổi tọa đàm trong tổ bộ môn cũng như toàn khoa nhằm trao đổi PPGD cũng như kinh nghiệm giảng dạy đối với mỗi CĐR, PPGD phân hóa đối với các nhóm đối tượng NH khác nhau. Ứng dụng thêm các PPGD mới như phương pháp dạy học hợp tác, dạy học khám phá... để tăng tính chủ động của NH trong tiếp cận và lĩnh hội kiến thức.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 4.3. Các hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của người học.

1. Mô tả hiện trạng

Để thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, và nâng cao khả năng học tập của NH, Trường và Khoa đã tiến hành đổi mới phương pháp dạy và học. NH trở thành

trung tâm, chuyển từ trạng thái bị động tiếp thu sang học tập chủ động. Để làm vậy, Trường đã yêu cầu GV từng bước thay đổi cách thức giảng dạy, tăng cường yêu cầu NH tự học, nghiên cứu trước khi đến lớp, GV đóng vai trò hướng dẫn, giải đáp, điều này được thể hiện trong đề cương từng môn học. GV phải sử dụng thành thạo, hiệu quả tổ hợp các phương pháp giảng dạy nhằm hỗ trợ NH rèn luyện các kỹ năng và nâng cao khả năng học tập suốt đời [H4.04.03.01]. Tất cả đề cương chi tiết các HP của CTĐT ngành Marketing trình độ Đại học đều mô tả rõ việc sử dụng hiệu quả tổ hợp các phương pháp giảng dạy và học tập nhằm thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm nhằm hướng đến việc nâng cao khả năng học tập suốt đời cho NH để đạt được CDR của HP và CDR của CTĐT; 100% ĐCCT các HP trong CTĐT đều quy định cụ thể nội dung tự học, tự nghiên cứu cho NH và có kiểm tra, đánh giá nội dung tự học, tự nghiên cứu theo quy định; xác định các nội dung giảng dạy trên lớp, các nội dung giao về nhà cho NH tự học, tự nghiên cứu nhằm hướng đến việc nâng cao khả năng học tập suốt đời cho NH [H4.04.03.02].

Ngoài ra, Quy định đào tạo theo học chế tín chỉ Quyết định số 3020/QĐ-DCT cũng quy định rõ thời lượng NH phải sử dụng cho việc tự học, tự nghiên cứu, ôn tập, củng cố và chuẩn bị bài mới là 60 phút cho mỗi tiết học trên lớp [H4.04.03.03]. Các phương pháp thảo luận nhóm giúp cho NH hiểu sâu sắc hơn kiến thức, đồng thời rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thuyết trình; các bài tập cá nhân, tự học có tác dụng phát triển năng lực của NH về nghiên cứu, đưa ra những sáng kiến quan trọng; thích nghi, tự định hướng và hướng dẫn người khác.

Trong quá trình dạy học, GV sử dụng các hoạt động dạy học/phương pháp giáo dục lấy NH làm trung tâm, dạy NH tự học, yêu cầu NH tự đọc trước tài liệu học tập, có liên hệ các trường hợp thực tế đang diễn ra để thuyết trình, nêu vấn đề gặp phải và trình bày, phản biện, biện luận giữa các nhóm với nhau,... GV chỉ đóng vai trò thuyết giảng, định hướng cho NH,... GV sử dụng các hoạt động dạy học/phương pháp giáo dục lấy NH làm trung tâm, dạy NH tự học, tự nghiên cứu ĐCCT, tài liệu học tập và sử dụng các PPDH như: thuyết giảng, nêu vấn đề và giải quyết vấn đề, thảo luận, dạy học khám phá, dạy học chủ động... đối với HP lý thuyết; làm bài tập tình huống, bài tập nhóm, bài tập lớn, trình bày, thuyết trình, báo cáo, tiểu luận... để rèn luyện các kỹ năng cho các HP thực hành; sử dụng phần mềm học tập trực tuyến để nâng cao kết quả học tập tại nhà. Trong suốt khóa học, NH được tư vấn, hỗ trợ trong hoạt động học tập bởi GV, CVHT về đăng ký HP, NCKH; tư vấn cho NH tham gia các hoạt động học thuật, NCKH, rèn luyện kỹ năng thu thập, xử lý thông tin, phương pháp học tập theo hình thức tín chỉ giúp NH chủ động trong quá trình học tập [H4.04.03.04].

Nhà trường định kỳ tiến hành khảo sát của NH và cựu NH về việc sử dụng

PPDH và phương pháp kiểm tra đánh giá của GV. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ hài lòng về tổ chức hoạt động dạy và học của GV khá cao (77,18%) [H4.04.03.05].

2. Điểm mạnh

Các phương pháp giảng dạy kết hợp thảo luận, bài tập và bài tập lớn, thuyết trình trong từng HP giúp NH rèn luyện các kỹ năng lập luận và giải quyết vấn đề, suy luận, thu nhận, xử lý và truyền đạt thông tin đảm bảo; Phương pháp giảng dạy mới hiện nay coi NH là trung tâm đã khuyến khích NH ham học hỏi, nâng cao khả năng học tập suốt đời.

3. Điểm tồn tại

Nhiều phương pháp giảng dạy thông thường áp dụng cho giảng dạy trực tuyến không phù hợp và không phát huy được hiệu quả. Việc sử dụng các ứng dụng công nghệ cho dạy học chưa đa dạng.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường, Khoa triển khai đồng loạt việc sử dụng hệ thống ứng dụng Zoom được tích hợp trên Egov đến GV và NH trong quá trình dạy học, tăng cường các ứng dụng khác để hỗ trợ phương pháp dạy học. Khoa kết hợp với Phòng Đào tạo sắp xếp thời khóa biểu các môn học lí thuyết và thực hành một cách hợp lý và hiệu quả. Tổ chức thảo luận rút kinh nghiệm ở cấp bộ môn, Khoa về các phương pháp giảng dạy đã và đang áp dụng, kiến nghị cách triển khai các phương pháp mới.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về tiêu chuẩn 4:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Văn bản về Triết lý giáo dục của Trường được xây dựng và tuyên bố rõ ràng, được phổ biến rộng rãi tới các các BLQ trong và ngoài trường trên các phương tiện truyền thông.

Khoa Thương mại đã xây dựng một tổ hợp các hoạt động giảng dạy và học tập đa dạng, triển khai hiệu quả để đạt CDR môn học và CTĐT, giúp NH tiếp thu và rèn luyện năng lực chuyên môn; Xây dựng cổng thông tin học tập trực tuyến nhằm hỗ trợ tối đa cho NH, kết hợp giữa mô hình truyền thống và phương thức đào tạo trực tuyến; NH thể hiện sự hài lòng với các phương pháp giảng dạy của GV.

Trường và Khoa có nhiều hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm như kỹ năng tư duy sáng tạo và quản lý thời gian, kỹ năng thuyết trình, đặc biệt là khả năng tự nghiên cứu, khả năng liên hệ thực tiễn, phân tích tổng hợp góp phần nâng cao khả năng học tập suốt đời của NH.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Việc áp dụng triết lý giáo dục của Nhà trường vào hoạt động đào tạo vẫn còn

chưa đồng bộ.

Chưa triển khai đánh giá một cách khoa học, toàn diện về mức độ phù hợp của mỗi phương pháp đối với mỗi HP đối với CĐR và đối với các nhóm đối tượng NH khác nhau.

Chưa khai thác tối đa các ứng dụng công nghệ hỗ trợ các phương pháp giảng dạy.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 4:

Có 3/3 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5,00; Số tiêu chí đạt: 03 ; Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%.

Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Việc đo lường kết quả học tập của NH được thực hiện thông qua hoạt động thi kiểm tra và đánh giá. Kết quả đánh giá chỉ có giá trị khi việc đánh giá được thực hiện một cách đầy đủ, toàn diện, công bằng, đúng với năng lực thực sự của NH. Việc học tập của NH là một quá trình nỗ lực phấn đấu lâu dài. Do đó, Trường và Khoa đã có một kế hoạch đánh giá rõ ràng, GV có phương pháp đánh giá phù hợp. Việc đánh giá cần có sự so sánh ở các thang đo quan trọng như đánh giá quá trình học tập, đánh giá đầu ra và được thực hiện một cách chuyên nghiệp, phù hợp với mức độ đạt CĐR trong mọi thời điểm của quá trình học. Chú trọng đánh giá thái độ, kiến thức, năng lực thông qua các phương pháp kiểm tra đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy, sự công bằng. NH được thông tin một cách rõ ràng, minh bạch về các quy định khiếu nại để chủ động lập kế hoạch và điều chỉnh kế hoạch học tập một cách phù hợp.

Tiêu chí 5.1. Việc đánh giá kết quả học tập của người học được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Nhà trường đã xây dựng hệ thống đánh giá KQHT của NH từ đánh giá đầu vào, đánh giá trong quá trình, thi kết thúc HP, thực hành, thực tập và đánh giá luận văn tốt nghiệp/ báo cáo khoá luận với mục tiêu đảm bảo đạt CĐR cho NH. Bao gồm: Quy định tuyển sinh và đào tạo trình độ đại học của Bộ GD&ĐT; Quy chế ĐT đại học theo học chế tín chỉ; Quy định về thi, kiểm tra của Trường [H5.05.01.01], [H5.05.01.02].

Để đáp ứng các CĐR kiến thức, trong thời gian học chính thức, các văn bản hướng dẫn nêu trên có mô tả cụ thể về quy trình và hướng dẫn phương pháp kiểm tra đánh giá. Trong đề cương HP cũng có quy định về phương pháp kiểm tra đánh giá và các tiêu chí đánh giá như: kiểm tra, thuyết trình làm việc nhóm, bài tập tình huống, thi kết thúc học phần đối với các học phần lý thuyết, kiểm tra thường xuyên đánh giá điểm cuối kỳ đối với các học phần thực hành. Nhà trường có xây dựng tiêu chí, thang đánh giá (Rubric) để đánh giá các CĐR về nhận thức cấp độ cao, các CĐR về kỹ

năng mềm và các CĐR về mức tự chủ và trách nhiệm của NH. Trong quá trình xây dựng các phương pháp kiểm tra đánh giá đều gắn với CĐR của HP và CĐR của CTĐT, mỗi nội dung của HP chỉ ra mối liên hệ giữ PPKTĐG với nội dung kiến thức HP và để đạt được CĐR nào của HP và đạt được CĐR nào của CTĐT (Bảng 5.1, Phụ lục IV) [H5.05.01.03].

Tổ hợp các phương pháp KTĐG của Nhà trường gồm đánh giá quá trình lên lớp tham gia vào quá trình chuẩn bị, thảo luận, đến việc thi kết thúc HP, làm khóa luận. Các HP đều được đánh giá bởi 02 loại điểm, điểm quá trình chiếm 30% và điểm thi kết thúc HP chiếm 70% đối với chương trình đào tạo năm 2022, điểm quá trình chiếm 50% và điểm thi kết thúc HP chiếm 50% đối với chương trình đào tạo năm 2024. Hình thức đánh giá quá trình tùy thuộc vào đặc thù HP, được quy định cụ thể trong đề cương HP. Mức độ đánh giá bao gồm kiểm tra tại lớp, thi kết thúc HP phù hợp với quá trình học tập, tiếp thu kiến thức của NH cả về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm của NH. Các hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của NH được thiết kế phù hợp để đo lường được mức độ đạt CĐR [H5.05.01.03].

Thực hiện khóa luận/đồ án tốt nghiệp nhằm giúp NH hình thành và phát triển khả năng tự nghiên cứu, tự học tập, tự chủ và có trách nhiệm. Để chuẩn bị cho việc thực hiện khóa luận/đồ án tốt nghiệp, NH luôn được thông báo kế hoạch thực hiện, được CVHT triển khai các công việc liên quan, được phổ biến các quy trình xét duyệt đề tài, phân công giáo viên hướng dẫn, quy trình bảo vệ khóa luận, quy định về bảo vệ khóa luận/đồ án tốt nghiệp [H5.05.01.04].

Bên cạnh đó, NH còn được cung cấp đầy đủ thông tin về điều kiện tốt nghiệp, quy trình xét tốt nghiệp cũng như kế hoạch tổ chức cấp bằng tốt nghiệp [H5.05.01.05].

2. Điểm mạnh

Trường có quy trình thiết kế và kiểm soát việc đánh giá KQHT từ khâu tuyển sinh đến xét tốt nghiệp, có hướng dẫn việc thiết kế các phương pháp kiểm tra, đánh giá để đảm bảo đạt CĐR.

3. Điểm tồn tại

Chưa có đánh giá về việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra, đánh giá đối với việc đạt CĐR của NH. Các hình thức đánh giá, khâu tổ chức đánh giá mới nhằm đạt CĐR có số lượng chưa nhiều so với cách đánh giá truyền thống và vẫn đang trong quá trình hoàn thiện cả về nội dung với môn lý thuyết và HP thực hành.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường và Khoa có quy trình cụ thể hướng dẫn GV thực hiện đổi hình thức

đánh giá so với hình thức công bố trong ĐCHP, nhằm thích ứng với tình hình hiện nay và đáp ứng được CĐR. TT.QLCL và Khoa xây dựng kế hoạch đánh giá mức độ đáp ứng CĐR đối với các hình thức kiểm tra đánh giá mới và tiếp tục việc đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong kiểm tra đánh giá HP.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 5.2. Các quy định về kết quả học tập của người học (bao gồm thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan) rõ ràng và được thông báo công khai tới người học.

1. Mô tả hiện trạng

Các quy định về đánh giá KQHT của người học của Khoa Thương mại được xác định rõ ràng theo tài liệu hướng dẫn xây dựng và thực hiện quy trình kiểm tra đánh giá KQHT phù hợp với CTĐT theo tín chỉ của Trường ĐH CT TP.HCM [H5.05.02.01], [H5.05.02.02].

Kế hoạch và các quy định về kiểm tra đánh giá được thông báo công khai đến người học ngay từ khi bắt đầu HP, và được nhấn mạnh khi kết thúc quá trình giảng dạy [H5.05.02.03]. GV công bố điểm quá trình cho NH ngay khi kết thúc học phần [H5.05.02.04]. Điểm cuối kỳ được cập nhật trên cổng thông tin NH, các quy định phúc khảo dành cho NH cũng được công khai rõ trên website Trường [H5.05.02.05].

Về thời gian, các bài tập, báo cáo tiểu luận, thuyết trình, kiểm tra viết..., được GV chủ động thực hiện theo kế hoạch lên lớp được biên soạn và phê duyệt vào đầu học kỳ, bài kiểm tra cuối kỳ được thực hiện sau 15 tuần và sau khi đã kết thúc HP. Trọng số điểm quá trình chiếm 30%, cuối kỳ chiếm 70% tùy tính chất học phần năm 2022, và thay đổi trọng số điểm quá trình chiếm 50%, cuối kỳ chiếm 50% tùy tính chất học phần năm 2024. Thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi các nội dung liên quan đến kỳ thi cuối kỳ được thực hiện theo quy chế hiện hành [H5.05.02.01].

Tiêu chí cụ thể để đánh giá các HP được quy định cụ thể trong đề cương HP [H5.05.02.04]. Đánh giá nội dung thực tập tốt nghiệp đều có tiêu chuẩn cụ thể trong kế hoạch và nội dung thực tập tốt nghiệp [H5.05.02.06].

Trong quá trình giảng dạy, GV thường xuyên thông tin đến NH quy định kiểm tra/đánh giá KQHT, đồng thời các quy định này được đăng tải trên trang thông tin điện tử của Trường đảm bảo NH hiểu, nắm rõ và có thể dễ dàng truy cập tìm hiểu các quy định này [H5.05.02.07].

Cuối kỳ, giáo vụ khoa tập hợp bảng điểm quá trình từ GV sau khi GV đã nhập vào phần mềm và giao (bản in giấy) chậm nhất là 10 ngày về đơn vị quản lý đào tạo. Về điểm bài thi tự luận cuối kỳ đã chấm xong từ khoa (chậm nhất là 10 ngày sau khi nhận bài), TT.QLCL sẽ phân công NV ráp phách và ghi điểm vào bảng điểm và

chuyển về khoa để giáo vụ khoa nhập điểm vào hệ thống quản lý đào tạo. Chuyển bảng điểm chính về đơn vị quản lý đào tạo để lưu. NH xem kết quả thông qua trang thông tin điện tử của Trường [H5.05.02.08].

Kết quả khảo sát NH cho thấy có 79,72 % hài lòng năm học 2021-2022, có 79,81 % hài lòng năm học 2022-2023, có 79,06 % năm học 2023-2024, có 77,96 % năm học 2024-2025 NH Khoa Thương mại cho rằng NH được thông báo đầy đủ về tiêu chí đánh giá từng môn học [H5.05.02.09].

2. Điểm mạnh

Có văn bản quy định thi, kiểm tra quy định cụ thể về thời gian, hình thức, cách thức phản hồi về kỳ thi kết thúc HP; có tiêu chí chấm khóa luận tốt nghiệp rõ ràng. GV có kế hoạch lên lớp trong đó có thể hiện rõ hoạt động dạy và học. Các quy định thi, kiểm tra được công bố trong sổ tay NH; cách thức thi, KTĐG được GV phổ biến đến NH vào buổi học đầu tiên của mỗi HP, NH hiểu rõ các quy định có liên quan.

3. Điểm tồn tại

Tỷ lệ NH chưa quan tâm đến thông báo về tiêu chí đánh giá từng môn học còn khá lớn.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại sẽ phối hợp với đơn vị đào tạo và TT.QLCL tiến hành xây dựng quy trình và các kênh thông tin truyền tải thông tin đến NH về các quy định đánh giá KQHT của NH một cách khoa học và đồng bộ hơn. Đồng thời thường xuyên nhắc nhở GV thực hiện một cách đầy đủ, có lặp lại việc cung cấp các tiêu chí đánh giá từng môn học cho sinh viên.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 5.3. Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng.

1. Mô tả hiện trạng

Quy định về đào tạo ĐH theo hệ thống tín chỉ được ban hành các năm 2020, 2021 và 2023; Quy định về việc thi kiểm tra trong đó, có qui định rõ việc đánh giá KQHT của NH [H5.05.03.01]. Trong đó, phương pháp kiểm tra đánh giá của CTĐT được GV thực hiện tương đối đa dạng đảm bảo đo lường và đánh giá được CĐR; việc đánh giá được áp dụng phù hợp với từng mục đích đánh giá. Các PPĐG được thực hiện theo từng HP, tùy thuộc nội hàm của HP là lý thuyết thuần túy hay có ứng dụng thực tế. PPĐG được lựa chọn có thể là thuyết trình đề tài theo nhóm, thực hiện tiểu luận nhóm hoặc cá nhân đề tài áp dụng giải quyết vấn đề thực tế, vấn đáp, hoặc làm bài thi viết, trắc nghiệm... [H5.05.03.02]. Ngoài ra, các bảng tiêu chí đánh giá và

thang điểm tương thích với từng loại HP và PPĐG được sử dụng cũng góp phần đảm bảo tính tin cậy và công bằng trong đánh giá KQHT.

Để đảm bảo sự công bằng và độ tin cậy trong đánh giá KQHT, tại buổi học đầu tiên của mỗi học phần, NH luôn được công bố công khai về các tiêu chí chấm điểm quá trình, mỗi tiêu chí đều có rubrics và thang chấm điểm rõ ràng, minh bạch, phù hợp với từng học phần riêng biệt. Trước khi kết thúc học phần, NH cũng được công bố công khai và ký tên xác nhận vào bảng điểm quá trình. Công tác tổ chức thi luôn đảm bảo tính nghiêm túc, khách quan, đúng quy định. Trường xây dựng hệ thống ngân hàng đề thi kết thúc HP để phục vụ công tác kiểm tra, đánh giá theo đúng quy định và hướng dẫn của Trường [H5.05.03.01]. Quy trình ra đề thi đảm bảo được độ bảo mật cao của đề. Đối với các HP thi có đề thi trắc nghiệm, các bộ môn đã trao đổi, thống nhất về hình thức thi, cấu trúc đề thi, thống nhất xây dựng ma trận đề thi theo thang Bloom để đảm bảo đo lường được đúng mục đích, yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm hướng tới CDR trong chương trình môn học, sau đó giao cho từng GV biên soạn đề thi. Các đề thi sau khi GV biên soạn được thông qua bộ môn trao đổi, góp ý sửa chữa... và nộp về TT.QLCL để quản lý và sử dụng. Số lượng ngân hàng đề thi các HP cơ sở ngành và chuyên ngành đã có do Khoa Thương mại quản lý của ngành Marketing đến năm 2024 là 14 chiếm tỷ lệ 36%. Trong đó, các HP thi bằng hình thức tự luận có 0 HP với mỗi đề thi yêu cầu đảm bảo chất lượng đề thi phủ toàn bộ nội dung đã học; câu hỏi rõ ràng, không đánh đố, không quá khó cũng không quá dễ, phải có thang điểm cho từng câu và đánh giá, phân loại được kết quả học tập của người học (có cả đáp án và thang điểm ở mỗi câu không quá 3 điểm) và được trưởng bộ môn duyệt và gửi về TT.QLCL nên luôn đảm bảo đúng quy trình [H5.05.03.03], [H5.05.03.04].

Để tổ chức thi kết thúc HP đảm bảo đúng quy chế và quy định của Trường, hàng năm Hiệu trưởng đều có thành lập Hội đồng thi và các ban, tiểu ban của Hội đồng, gọi chung là Ban Coi thi. Công tác coi thi, quy trình chấm thi của Trường được tổ chức thực hiện nghiêm túc, có hồ sơ lưu trữ đầy đủ; bài thi được làm phách theo phần mềm quản lý đào tạo; sau khi làm phách, danh sách phách và phách bài thi được TT.QLCL niêm phong và lưu giữ. Trong quá trình chấm thi có sự giao nhận bài thi từng buổi giữa ban thư ký và GV chấm. Mỗi bài thi đều có hai GV chấm hai vòng độc lập nên đảm bảo chính xác, khách quan. Việc lên điểm cũng được tiến hành theo phách bài thi, sau đó nhập vào phần mềm nên luôn đảm bảo khách quan và công bằng. Đối với các HP thi vấn đáp, hai cán bộ chấm thi chấm độc lập trên phiếu chấm thi và sau khi hai GV thống nhất điểm thi cho từng thí sinh, điểm thi phải được công bố ngay sau mỗi buổi thi để đảm bảo độ tin cậy và công bằng với NH. Phần mềm quản lý đào tạo của Trường có phân quyền cho người sử dụng và lưu nhật ký sử dụng

đối với từng người dùng nên đảm bảo quản lý chặt chẽ và chính xác. Bên cạnh đó các hoạt động tổ chức thi, chấm thi đều có sự kiểm tra giám sát của Bộ phận thanh tra giáo dục của Trường [H5.05.03.03].

Nhà trường có văn bản hướng dẫn, có quy định và yêu cầu cụ thể về nội dung, hình thức, quy trình làm khóa luận/đồ án tốt nghiệp. Khi chấm khóa luận, đồ án tốt nghiệp, Trường đều thành lập Hội đồng và có các tiêu chí chấm điểm cụ thể về hình thức; nội dung (bao gồm tính cấp thiết của đề tài, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu, kết luận, kiến nghị phù hợp với nội dung nghiên cứu) và việc trả lời câu hỏi của NH; Các tiêu chí này đảm bảo độ giá trị và công bằng trong đánh giá luận văn. Điểm chấm khóa luận/đồ án tốt nghiệp được các Hội đồng xem xét, đánh giá công bằng và khách quan [H5.05.03.05].

Sau công bố điểm thi kết thúc học phần, TT QLCL tổ chức thực hiện việc đánh giá chất lượng đề thi kết thúc học phần làm cơ sở cải tiến hoạt động dạy, học và điều chỉnh ngân hàng câu hỏi thi của học phần [H5.05.03.06]. Khoa cũng đã thực hiện việc đánh giá hiệu quả các phương pháp kiểm tra đánh giá đang áp dụng trong các học phần của CTĐT [H5.05.03.07].

Hàng năm, Trường đã thực hiện khảo sát ý kiến về hoạt động tổ chức kiểm tra đánh giá. Kết quả khảo sát ý kiến của NH cuối khoá về phương pháp kiểm tra đánh giá năm 2021 – 2022, 2022 – 2023, 2023 – 2024 và 2024-2025 cho thấy ý kiến NH cho rằng Trường sử dụng đa dạng các hình thức kiểm tra, đánh giá lần lượt là 77,72%; 78,64% ; 78,81% và 76,67% [H5.05.03.08].

2. Điểm mạnh

Các phương pháp và hình thức kiểm tra đánh giá KQHT của NH đa dạng, thực hiện nghiêm túc, theo đúng quy trình, đảm bảo sự khách quan, chính xác, công bằng và phù hợp với hình thức đào tạo của ngành Marketing; đảm bảo đánh giá đúng KQHT của NH, giúp NH tự nhìn nhận về quá trình học tập của bản thân. Trong giai đoạn đánh giá, không có tình trạng khiếu nại, phản nản của NH về sự thiếu công bằng, minh bạch trong sử dụng các phương pháp đánh giá KQHT.

3. Điểm tồn tại

Việc đổi mới phương thức kiểm tra đánh giá, việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra đánh giá để đảm bảo độ giá trị và độ tin cậy các HP của ngành Marketing còn hạn chế. Phương pháp đánh giá các kỹ năng và các năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm chưa được thống nhất và làm rõ.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa cùng với TT.QLCL đẩy mạnh việc đổi mới phương pháp đánh giá KQHT hướng đến đảm bảo các phương pháp kiểm tra đo được các năng lực

CDR và đảm bảo tính tin cậy. Khoa lên kế hoạch để các tổ bộ môn thảo luận về các phương pháp đánh giá kỹ năng và các năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm của NH.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 5.4. Kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời để người học cải thiện việc học tập.

1. Mô tả hiện trạng

Nhằm tạo điều kiện cho NH nhanh chóng biết được kết quả đánh giá KQHT để có kế hoạch điều chỉnh học tập của bản thân, trước khi kết thúc môn học, GV phải thông báo điểm chuyên cần, điểm kiểm tra thường xuyên và điểm kiểm tra giữa kỳ công khai trước lớp NH, được GV nhập vào phần mềm quản lý đào tạo chậm nhất 10 ngày trước khi thi kết thúc HP, trường có quy định về thời gian GV chấm bài, đồng thời công bố kết quả đánh giá, thời gian phản hồi khiếu nại của NH về kết quả đánh giá. Nhà trường có quy định rõ ràng về việc công bố điểm thi kết thúc học phần cho NH, cụ thể: đối điểm đánh giá kết thúc học phần không xếp lịch thi tập trung, thực hành, thí nghiệm công bố sau 10 ngày làm việc tính từ buổi học cuối cùng của học phần; điểm đánh giá kết thúc học phần với hình thức thi tự luận và vấn đáp công bố sau 15 ngày làm việc tính từ ngày thi học phần; điểm đánh giá kết thúc học phần với hình thức thi trắc nghiệm khách quan trên máy tính công bố sau 03 ngày làm việc tính từ ngày cuối cùng của đợt thi và điểm đánh giá kết thúc học phần đồ án, khóa luận, kiến tập công bố sau 05 ngày làm việc tính từ ngày báo cáo. Để NH đánh giá đúng KQHT qua việc thực hiện bài đánh giá, Trường công bố công khai, cũng như cách thức chấm điểm, từ đó, giúp NH tự biết HP nào yếu, HP nào tốt và cần điều chỉnh việc học tập như thế nào [H5.05.04.01].

Nhà trường công bố công khai tới NH trước mỗi khóa học, mỗi kỳ học và HP: công bố trên Website của Trường, phần mềm quản lý đào tạo... các quy định về việc phản hồi kết quả đánh giá của NH; được CVHT phổ biến trực tiếp cho NH vào buổi sinh hoạt lớp; được GV phổ biến và cung cấp đề cương HP cho NH vào buổi học đầu tiên [H5.05.04.02], [H5.05.04.03].

Việc phản hồi đánh giá KQHT của NH kịp thời có giá trị rất quan trọng trong việc cải thiện việc học tập, sắp xếp việc học tập, tốt nghiệp của NH thông qua thông tin phản hồi về kết quả đánh giá được NH sử dụng để cải thiện việc học tập. Trong quá trình đào tạo, khi có kết quả đánh giá HP sớm, NH có thể chủ động sắp xếp thời gian để bố trí lịch học cá nhân cụ thể từng học kỳ, đăng ký HP cho học kỳ tiếp theo, đăng ký học lại các HP chưa đạt để cải thiện KQHT và chủ động lên kế hoạch học tập nhằm tốt nghiệp đúng tiến độ. Đồng thời, căn cứ KQHT, đơn vị quản lý đào tạo kịp thời cảnh báo cho NH có kết quả yếu, có nguy cơ thôi học [H5.05.04.04].

Hàng năm, TT.QLCL đã khảo sát sự hài lòng của NH về phản hồi kết quả

đánh giá của NH năm cuối ngành Marketing. Kết quả khảo sát cho thấy: có 74,77% (năm học 2021 – 2022); 78,54% (năm học 2022 – 2023), 77,99% (năm học 2023 – 2024) và 77,79% (năm học 2024-2025) ý kiến NH cho rằng KQHT được Trường thông báo kịp thời [H5.05.04.05].

2. Điểm mạnh

Việc thông báo kết quả đánh giá học tập kịp thời và dễ tra cứu, tạo điều kiện cho NH thắc mắc khiếu nại thông qua các kênh thông tin khác nhau của Trường và Khoa.

3. Điểm tồn tại

Việc sử dụng phản hồi ý kiến để cải thiện kết quả học tập của NH chưa được NH quan tâm. Khoa cần khảo sát thêm ý kiến NH để nắm bắt tình hình KQHT của NH có được cải thiện hay không sau khi nhận được thông tin phản hồi KQHT kịp thời.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường và Khoa Thương mại sẽ tiếp tục khuyến khích GV phản hồi KQHT thông qua các bài kiểm tra thi đánh giá quá trình kịp thời đến NH. Hướng dẫn NH tham gia thi thử và sử dụng kết quả phản hồi hiệu quả để cải thiện quá trình học tập.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 5.5. Người học tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập.

1. Mô tả hiện trạng

Quy trình khiếu nại về KQHT của NH được quy định trong Quy chế đào tạo ĐH theo hệ thống tín chỉ được ban hành theo Quyết định số 2474/QĐ-DCT ngày 14/10/2020; Quyết định số 1846/QĐ-DCT ngày 01/09/2021 và Quyết định số 3020/QĐ-DCT ngày 19/10/2023, cũng như Quy chế thi, kiểm tra và đánh giá kết quả học tập của NH và được phổ biến trên Website của Trường, của đơn vị đào tạo, phần mềm quản lý đào tạo... [H5.05.05.01]. Trong quá trình học tập, NH được quyền phúc tra khiếu nại KQHT, cụ thể: đối với điểm quá trình, NH khiếu nại trực tiếp với GV trực tiếp giảng dạy HP đó khi công bố điểm trên lớp; trong vòng hai tuần kể từ ngày Trường, khoa, đơn vị quản lý đào tạo công bố điểm thi, NH nộp đơn đăng ký phúc khảo điểm thi tại TT.QLCL. Thời gian công bố điểm phúc khảo là sau 10 ngày làm việc kể từ ngày hết hạn nhận giấy đề nghị phúc khảo điểm của NH [H5.05.05.02].

Hàng năm, TT.QLCL đã kiểm soát và thống kê số lượng khiếu nại KQHT từ NH từ đó rút kinh nghiệm và cải tiến công tác đánh giá đối với NH. Trong giai đoạn đánh giá, NH của Khoa làm đơn phúc khảo điểm thi, các trường hợp này được xử lý kịp thời, thỏa đáng (có 24 bài thi thay đổi kết quả).

Bảng 5.2. Thống kê khiếu nại của Khoa Thương mại

Năm học	Số lượng khiếu nại	Số lượng điều chỉnh điểm	Ghi chú
Học kỳ 1 (2021-2022)	12	0	
Học kỳ 2 (2021-2022)	41	0	
Học kỳ 1 (2022-2023)	47	18	Tô sai MSSV hoặc không ghi mã đề
Học kỳ 2 (2022-2023)	14	2	
Học kỳ 1 (2023-2024)	30	4	
Học kỳ 2 (2023-2024)	1	0	
Học kỳ 1 (2024-2025)	0	0	
Học kỳ 2 (2024-2025)	0	0	
Tổng	145	24	

Số liệu cho thấy lượng NH khiếu nại về điểm thi của Khoa hầu như chiếm tỷ lệ thấp. Riêng học kỳ 1 năm học 2022 - 2023, số lượng NH khiếu nại tăng do NH tô sai MSSV hoặc không ghi mã đề, sau khi phúc khảo đã được điều chỉnh lại điểm [H5.05.05.03].

TT.QLCL đã khảo sát về mức độ hài lòng của NH đối với việc tiếp cận quy trình cũng như thời hạn thông báo kết quả học tập của Nhà trường trong năm học 2021 – 2022 có kết quả lần lượt là 73,33% và 74,77% NH hài lòng, đến năm 2023-2024 kết quả tăng lên là 76,40% và 77,99% [H5.05.05.04].

2. Điểm mạnh

Đảm bảo quyền được khiếu nại và phúc khảo của NH với qui trình thực hiện rõ ràng và luôn được giải quyết kịp thời, thỏa đáng công bố công khai cho NH.

3. Điểm tồn tại

NH chưa hài lòng về việc tiếp cận quy trình và thời hạn giải quyết các khiếu nại của nhà trường còn tương đối cao.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời sẽ tiến hành khảo sát những hạn chế trong việc tiếp cận quy trình và giải quyết khiếu nại nhằm nâng cao mức độ hài lòng của NH trong việc tiếp cận quy trình và giải quyết khiếu nại về KQHT.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về tiêu chuẩn 5:

Việc đánh giá kết quả học tập của NH được Khoa Thương mại thiết kế phù

hợp với mức độ đạt được CĐR. KQHT của NH được thông báo công khai tới NH qua nhiều kênh thông tin. Phương pháp đánh giá KQHT đa dạng, đảm bảo độ tin cậy và sự công bằng. Thêm vào đó, kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời giúp NH cải thiện việc học tập. Sau cùng, NH có thể tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập (nếu có). Mặc dù còn một số tồn tại nhưng nhìn chung, việc đánh giá KQHT của NH ở Khoa Thương mại được thực hiện một cách rõ ràng, bám sát các hướng dẫn của Trường để đảm bảo tính rõ ràng, công khai của quy trình.

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Trường có ban hành các quy định, quy trình, biểu mẫu liên quan đến hoạt động khảo thí, bao gồm kiểm tra quá trình, cuối kỳ, ra đề thi, chấm thi, phản hồi kết quả, phúc khảo, chấm luận án và công bố công khai; Khoa có tài liệu hướng dẫn chung cách tính điểm HP và điểm quá trình cho tất cả các môn học lý thuyết và thực hành nhằm tạo sự thống nhất cho các HP; đề cương HP thể hiện rõ việc thực hiện đánh giá sự tương thích giữa phương pháp kiểm tra đánh giá với mức độ đạt được CĐR của CTĐT.

Các quy định về kiểm tra đánh giá KQHT của NH được Trường ban hành bằng hệ thống các văn bản rõ ràng, quy trình áp dụng chặt chẽ, đảm bảo thực hiện theo đúng quy chế đào tạo và được thông báo công khai tới tất cả NH với nhiều hình thức đa dạng; Tài liệu hướng dẫn chung cách tính điểm HP và điểm quá trình cho tất cả các môn học được GV phổ biến trực tiếp tại lớp ở buổi học đầu tiên.

Các phương pháp và hình thức kiểm tra đánh giá KQHT của NH đa dạng, thực hiện nghiêm túc, theo đúng quy trình, đảm bảo sự khách quan, chính xác, công bằng và phù hợp với hình thức đào tạo của ngành Marketing; Các tiêu chí kiểm tra, đánh giá KQHT của NH phân định rõ mức độ đạt, mức độ không đạt đảm bảo độ tin cậy. Các công việc được quy trình hóa để đảm bảo tính thống nhất từ khâu ra đề thi (ngân hàng đề thi, chất lượng đề thi, làm đề thi), đến tổ chức thi, chấm thi, công tác bảo mật và công bố kết quả. Mỗi đề thi đều có đáp án tương ứng với số điểm chi tiết, có hướng dẫn chấm thi cụ thể, phân định rõ ràng mức độ đạt được CĐR; Trong giai đoạn tự đánh giá, không có tình trạng khiếu nại, phản nản của NH về sự thiếu công bằng, minh bạch trong sử dụng các phương pháp đánh giá KQHT. Trường có hệ thống các văn bản, quy định, quy trình rõ ràng, chi tiết, chặt chẽ cùng với hệ thống phần mềm quản lý điểm hiện đại giúp cho việc phản hồi, công bố KQHT cho NH kịp thời, thuận tiện và giúp NH sắp xếp việc học tập, nghiên cứu của mình.

NH dễ dàng tiếp cận với quy trình khiếu nại về KQHT của mình thông qua hệ thống văn bản, quy định do Trường ban hành. Các biểu mẫu về phúc khảo và khiếu nại được cung cấp đầy đủ để NH dễ dàng thực hiện; Khoa và GV đã giải quyết các khiếu nại về KQHT kịp thời và thỏa đáng trong suốt quá trình NH tham gia học tập

tại Trường dưới mọi hình thức.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Chưa có đánh giá về việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra, đánh giá đối với việc đạt CDR của NH.

Tỷ lệ NH chưa nhận được thông báo đầy đủ về tiêu chí đánh giá từng môn học còn khá lớn.

Việc đổi mới phương thức kiểm tra đánh giá, việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra đánh giá để đảm bảo độ giá trị và độ tin cậy các HP của ngành Marketing còn hạn chế. Phương pháp đánh giá các kỹ năng và các năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm chưa được thống nhất và làm rõ.

NH chưa hài lòng về việc tiếp cận quy trình và thời hạn giải quyết các khiếu nại của nhà trường còn tương đối cao.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 5:

Có 5/5 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5,00; Số tiêu chí đạt: 5; Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%.

Tiêu chuẩn 6. Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Khoa Thương mại có một đội ngũ GV giàu kinh nghiệm, với trình độ TS, ThS và có nhiều năm làm việc thực tế tại các doanh nghiệp, nhà máy, xí nghiệp thuộc lĩnh vực thương mại, marketing. Đội ngũ GV trong khoa trẻ trung, năng động, nhiệt tình, ham học hỏi, trau dồi kiến thức, đam mê NCKH, có thành tích xuất sắc trong hoạt động giảng dạy và NCKH. Đội ngũ GV được quy hoạch, tuyển dụng đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD. Đội ngũ GV của Khoa có năng lực chuyên môn cao, tích cực tham gia vào các loại hình NCKH khác nhau. Việc tuyển dụng, đề bạt cán bộ được thực hiện công khai, đúng quy định và dựa trên trình độ chuyên môn, kinh nghiệm giảng dạy và thành tích học thuật. Việc phân công trách nhiệm đào tạo và mối quan hệ công tác được phân định rõ ràng, phù hợp với trình độ, kinh nghiệm kỹ năng của GV. Việc quản lý theo kết quả công việc và ghi nhận thành tích của GV tạo động lực cho việc hoàn thành trách nhiệm giảng dạy, NCKH và các hoạt động PVCD.

Tiêu chí 6.1. Việc quy hoạch đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên (bao gồm việc thu hút, tiếp nhận, bổ nhiệm, bố trí, chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu) được thực hiện đáp ứng yêu cầu đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Công tác quy hoạch đội ngũ GV tham gia giảng dạy được thực hiện theo quy trình chặt chẽ, phù hợp với quy định chung của Trường, có kế hoạch/quy hoạch phát triển đội ngũ GV, NCV thực hiện chương trình (bao gồm việc thu hút, tiếp nhận,

bổ nhiệm, bố trí, chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu) căn cứ nhu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD.

Căn cứ theo chiến lược phát triển Trường đến năm 2025 và tầm nhìn 2035 và thực hiện kế hoạch/quy hoạch phát triển đội ngũ GV và NCV (cho ngành Marketing), bao gồm: Các chiến lược phát triển, KH phát triển nhân sự (tuyển dụng, điều chuyển, bổ nhiệm...); Đề án vị trí việc làm; có KH với các chỉ tiêu phấn đấu chính phát triển dài hạn, trung hạn và ngắn hạn. Đến năm 2025, phấn đấu 100% trình độ GV thạc sĩ, tiến sĩ trong đó tiến sĩ chiếm ít nhất 35%, có ít nhất 10% có học hàm GS, PGS, trong đó có tính đến đội ngũ GV để phát triển ngành Marketing [H6.06.01.01].

Theo đó, công tác quy hoạch và bồi dưỡng cán bộ của trường đều được thực hiện theo định hướng phát triển của Trường và đáp ứng nhu cầu đào tạo, NCKH và PVCD [H6.06.01.02].

Mỗi giai đoạn Trường đều thực hiện rà soát, bổ sung quy hoạch [H6.06.01.03]. Theo kết quả rà soát tình hình nhân sự và nhu cầu đào tạo, NCKH và PVCD, Trường xây dựng kế hoạch tuyển dụng hàng năm. Việc tuyển dụng được thực hiện theo quy trình tuyển dụng viên chức, có tiêu chí rõ ràng, công khai minh bạch [H6.06.01.04].

Hiện nay, đội ngũ GV thực hiện CTĐT ngành Marketing được quy hoạch theo định hướng nghiên cứu và ứng dụng. Tổng số GV tham gia chương trình được thể hiện trong bảng 6.1 cho thấy đội ngũ GV của khoa có trình độ đáp ứng yêu cầu đào tạo [H06.06.01.05].

Bảng 6.1. Đội ngũ GV cơ hữu tham gia thực hiện CTĐT

TT	Trình độ, học vị, chức danh	Số lượng GV	GV cơ hữu		GV thỉnh giảng trong nước
			GV giảng dạy	GV giảng dạy, kiêm nhiệm quản lý	
1	GS, PGS	3	3	0	3
2	TSKH	0	0	0	0
3	TS	27	27	15	6
4	ThS	54	54	31	0
	Tổng số	84	84	46	9

Ngoài ra, chương trình còn có sự tham gia giảng dạy của các GV kiêm nhiệm, GV thỉnh giảng là các GV có uy tín từ nhiều trường ĐH [H6.06.01.06].

Để đảm bảo về mặt số lượng và chất lượng đội ngũ, Trường đã xây dựng các mục tiêu, lộ trình, giải pháp về nguồn lực trong giai đoạn 5 năm 2021 – 2025. Trên cơ sở đó, xây dựng kế hoạch tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng viên chức

đảm bảo đội ngũ kế cận, đảm bảo cơ cấu độ tuổi dựa trên khối lượng công việc đang thực hiện của GV và lực lượng GV sắp nghỉ hoặc đã nghỉ hưu [H6.06.01.07].

Khoa xây dựng chiến lược phát triển Khoa giai đoạn 2020 đến 2030. Trong đó, có kế hoạch, quy hoạch phát triển đội ngũ GV, NCV của Khoa đáp ứng với ngành Marketing nêu rõ chỉ tiêu về đội ngũ cho từng ngành ĐT trong từng giai đoạn (tuyển dụng, bổ nhiệm, điều chuyển). Khi xây dựng chiến lược phát triển, Khoa có tiến hành đánh giá thực trạng hoạt động trong các lĩnh vực như nhu cầu đội ngũ; phân tích nhu cầu đào tạo bồi dưỡng của đội ngũ GV, NCV [H6.06.01.08].

Trường có chiến lược quy hoạch phát triển đội ngũ GV đạt chuẩn theo quy định. Việc đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ cho từng GV được giao cho các Bộ môn đảm nhận, các GV trẻ trước khi đứng lớp đều được một GV có kinh nghiệm hỗ trợ bồi dưỡng về chuyên môn [H6.06.01.04].

Việc bổ nhiệm các chức danh lãnh đạo, quản lý đối với GV dựa trên cơ sở trình độ chuyên môn, năng lực và thành tích NCKH của GV nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả đào tạo của Trường. Quy trình bổ nhiệm cán bộ được thực hiện công khai, tiêu chí bổ nhiệm rõ ràng và được thực hiện đúng quy định của Trường. Trường đã ban hành Quy định về tiêu chuẩn và quy trình bổ nhiệm cán bộ lãnh đạo, quản lý. Quy định này được thực hiện thống nhất trong Trường [H6.06.01.09].

Trong hơn 5 năm qua, để đảm bảo về số lượng và chất lượng đội ngũ giảng dạy cho CTĐT, Trường có chính sách thu hút và tuyển dụng GV có trình độ tiến sĩ, chức danh PGS về giảng dạy cho CTĐT [H6.06.01.10]. Trường khoa chuyên môn luôn quan tâm và tích cực hỗ trợ cho GV bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn đáp ứng yêu cầu giảng dạy của chương trình.

Việc chấm dứt hợp đồng làm việc, nghỉ chế độ và nghỉ hưu của GV cơ hữu được thực hiện nghiêm túc và đúng quy định. Hằng năm, Trường và khoa có kế hoạch cụ thể về gia hạn hoặc chấm dứt hợp đồng với GV nghỉ hưu. Việc chấm dứt, gia hạn hợp đồng hoặc nghỉ hưu đều được thông báo trước cho GV. Các chế độ và phúc lợi xã hội được thực hiện theo đúng các chính sách hiện hành [H6.06.01.11].

2. Điểm mạnh

Công tác quy hoạch, tuyển dụng, bổ nhiệm GV được thực hiện theo kế hoạch, có quy trình và tiêu chuẩn cụ thể, rõ ràng.

3. Điểm tồn tại

Kế hoạch phát triển Khoa chưa thể hiện rõ việc quy hoạch đội ngũ GV tham gia PVCD, chưa mời được GV nước ngoài để tham gia giảng dạy.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa xây dựng kế hoạch về phát triển đội ngũ GV của Khoa theo chiến

lược của Trường để đảm bảo tính liên tục theo thời gian, chiến lược phát triển Trường và đội ngũ GV, lập kế hoạch mời giảng viên nước ngoài tham gia giảng dạy.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 6.2. Tỷ lệ giảng viên/người học và khối lượng công việc của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được đo lường, giám sát làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Thống kê đội ngũ ngành Marketing trong 5 năm của giai đoạn 2021 – 2025 được thể hiện chi tiết trong bảng 6.2:

Bảng 6.2. Thống kê đội ngũ ngành Marketing trong giai đoạn 2021 – 2025

STT	Trình độ, học vị	2021 – 2022	2022 - 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
1	GS, PGS	1	2	3	03
2	TSKH	0	0	0	0
3	TS	15	19	21	10
4	ThS	27	28	31	12
	Tổng	43	49	55	25

Theo quy định về đào tạo đại học, 100% GV trực tiếp tham gia giảng dạy sau khi tuyển sinh đều phải có trình độ học vị từ ThS trở lên. Để đo lường và đánh giá khối lượng công việc của GV nhằm xác định số lượng GV cần thiết đáp ứng nhu cầu của CTĐT, Khoa đã sử dụng chỉ số qui đổi thời gian toàn phần (Full-time Equivalent - FTE) và tỷ lệ GV/NH. Đối với chỉ số FTE cho GV, được tính dựa trên lượng thời gian đầu tư cho chương trình. 1 FTE tương đương với 300 giờ chuẩn theo qui định tại qui chế làm việc của GV (tương đương với làm việc toàn thời gian). GV không toàn thời gian (là GV của các đơn vị khác thuộc Trường hoặc của ngành khác thuộc Khoa tham gia giảng dạy trong CTĐT) và GV thỉnh giảng trung bình làm việc một nửa thời gian so với GV toàn thời gian tương đương 0,5 FTE (xem bảng 6.2).

Bảng 6.3. Số lượng GV của CTĐT

Năm học 2021 – 2022

Hạng mục	Nam	Nữ	Tổng số		% có bằng tiến sĩ
			Số lượng	FTEs	
GS	0	0	0	0	0
PGS	1	0	1	1	2,3

Hạng mục	Nam	Nữ	Tổng số		% có bằng tiến sĩ
			Số lượng	FTEs	
GV toàn thời gian	23	19	42	42	34,9
GV học phần chung	-	-	7,46	7,46	-
GV không toàn thời gian	-	-	-	-	-
PGS/GV thỉnh giảng	13	6	19	9,5	21,1
Tổng số	37	25	69,46	59,96	-

Năm học 2022 – 2023

Hạng mục	Nam	Nữ	Tổng số		% có bằng tiến sĩ
			Số lượng	FTEs	
GS	0	0	0	0	0
PGS	2	0	2	2	4,1
GV toàn thời gian	26	21	47	47	38,8
GV học phần chung	-	-	8,60	8,60	-
GV không toàn thời gian	-	-	-	-	-
PGS/GV thỉnh giảng	15	8	23	11,5	21,7
Tổng số	43	29	80,6	69,1	-

Năm học 2023 – 2024

Hạng mục	Nam	Nữ	Tổng số		% có bằng tiến sĩ
			Số lượng	FTEs	
GS	0	0	0	0	0
PGS	3	0	3	3	5,5
GV toàn thời gian	28	24	52	52	36,4
GV học phần chung	-	-	9,88	9,88	-
GV không toàn thời gian	-	-	-	-	-
PGS/GV thỉnh giảng	18	11	29	14,5	20,1
Tổng số	49	35	99,88	79,38	-

Năm học 2024 – 2025

Hạng mục	Nam	Nữ	Tổng số		% có bằng tiến sĩ
			Số lượng	FTEs	
GS	0	0	0	0	0

Hạng mục	Nam	Nữ	Tổng số		% có bằng tiến sĩ
			Số lượng	FTEs	
PGS	3	0	3	3	5,5
GV toàn thời gian	12	10	22	22	
GV học phần chung	-	-	5,19	5,19	
GV không toàn thời gian	-	-	-	-	-
PGS/GV thỉnh giảng	18	11	29	14,5	20,1
Tổng số	33	21	59,19	44,69	-

Để tính FTE của NH, chương trình dựa trên số lượng tín chỉ trung bình đầu tư cho việc học trong năm học theo thiết kế CTĐT (xem bảng 6.3).

Bảng 6.4. Tỷ lệ GV/người học của CTĐT

Năm học (1)	Số lượng NH (2)	Tổng số FTEs của GV (3)	Tổng số FTEs của NH (4)	Tỷ lệ GV/NH (5=3/4)
2021 – 2022	60	59,96	60	1,00
2022 – 2023	226	69,1	226	0,31
2023 – 2024	274	79,38	274	0,29
2024 – 2025	313	44,69	313	0,14

Tỉ lệ GV/NH trong giai đoạn từ 2021 đến 2025 đều tăng dần qua các năm.

Hàng năm, chương trình cũng mời thêm GV là những nhà khoa học đầu ngành, có uy tín và kinh nghiệm chuyên môn từ các cơ quan nghiên cứu đến giảng dạy. Số giờ giảng do GV mời ngoài trường đảm nhiệm chiếm khoảng 25% số HP của chương trình [H6.06.02.01].

Vào cuối mỗi năm học, các GV đều thực hiện việc TĐG kết quả thực hiện nhiệm vụ năm học và xác định kế hoạch trong năm học tới thông qua bản tự nhận xét, đánh giá của viên chức. Việc đánh giá được thực hiện theo quy trình và có sự đánh giá của lãnh đạo bộ môn, lãnh đạo khoa và của Trường. Căn cứ nhiệm vụ theo chức danh và căn cứ nhiệm vụ được giao, cá nhân tự đánh giá khối lượng, chất lượng công việc và mức độ hoàn thành, bộ môn đánh giá, lãnh đạo chương trình đánh giá, cuối cùng Hội đồng thi đua cấp trường đánh giá và phân loại đánh giá đối với viên chức [H6.06.02.02].

Việc làm thường niên này không chỉ giúp từng GV tự đánh giá được năng lực thực hiện nhiệm vụ của mình, từ đó đề xuất các giải pháp tự học tập nâng cao trình độ; mà còn giúp các cấp quản lý có được cái nhìn tổng quan về tình hình thực hiện nhiệm vụ giảng dạy của GV trong chương trình, từ đó có những định hướng điều

chính phù hợp. Trường có ban hành các văn bản quy định khối lượng, thời gian làm việc, định mức giờ chuẩn của GV như: Quy định chế độ làm việc đối với GV [H6.06.02.03]; Quy chế HD KHCN [H6.06.02.04]; Quy chế chi tiêu nội bộ [H6.06.02.05]; Bản mô tả vị trí công việc của CB, GV [H6.06.02.06]. Theo đó, Trường quy định rõ ràng về quy đổi giờ hành chính, giờ giảng lý thuyết, giờ giảng thảo luận, hướng dẫn bài tập lớn, hướng dẫn luận văn tốt nghiệp và các hoạt động quản lý chuyên môn khác ra giờ giảng chuẩn; quy định cụ thể số giờ NCKH được công nhận đối với từng sản phẩm khoa học như: bài báo khoa học đăng trên tạp chí quốc tế và trong nước, sách và giáo trình học tập được nhà xuất bản phát hành, các đề tài NCKH được quy đổi thành giờ chuẩn NCKH. Việc quy đổi giảng dạy và các hoạt động quản lý chuyên môn khác ra giờ chuẩn (tối thiểu giờ giảng 300 giờ chuẩn; giờ NCKH dành ít nhất 1/3 tổng quỹ thời gian làm việc trong năm học (tương đương 586 giờ hành chính) để làm nhiệm vụ NCKH; quy định cụ thể số giờ NCKH đối với mỗi sản phẩm NCKH mà giảng viên thực hiện.

2. Điểm mạnh

Khối lượng công việc của GV đều được đo lường, giám sát cụ thể qua việc phân công nhiệm vụ, theo dõi việc thực hiện và được đánh giá kết quả thực hiện vào cuối năm công tác. Đội ngũ GV của chương trình đạt trình độ chuyên môn cao, có kinh nghiệm nhiều năm trong nghề và sẵn sàng thực hiện các hoạt động giảng dạy, NCKH.

3. Điểm tồn tại

Chưa có những tiêu chí cụ thể đối với GV tham gia PVCD.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa tiến hành xây dựng các tiêu chí đánh giá mang tính định lượng trong việc thực hiện các nhiệm vụ PVCD của GV.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 6.3. Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn giảng viên, nghiên cứu viên (bao gồm cả đạo đức và năng lực học thuật) để bổ nhiệm, điều chuyển được xác định và phổ biến công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Trường có các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV (bao gồm cả đạo đức và năng lực học thuật) để bổ nhiệm, điều chuyển rõ ràng, cụ thể, trong đó chú trọng các tiêu chí trình độ chuyên môn, phẩm chất đạo đức, thâm niên giảng dạy, NCKH, khả năng sử dụng ngoại ngữ trong giảng dạy và NCKH. Quy chế tuyển dụng và lựa chọn GV đã quy định rõ các tiêu chuẩn chung và tiêu chí, yêu cầu cụ thể đối với từng vị trí tuyển dụng và lựa chọn GV. Quy chế này ban hành năm 2016 và đang được cập

nhật, rà soát, bản Dự thảo quy chế năm 2024 sẽ được lấy ý kiến của VC, người lao động trước khi ban hành [H6.06.03.01].

Tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV được phổ biến công khai trên trang thông tin điện tử của Trường và khoa; gửi thông báo bằng văn bản về các đơn vị trong Trường, được đăng tải trên báo chí và website trường khi có các đợt tuyển dụng hàng năm [H6.06.03.02].

Tiêu chí tuyển dụng, lựa chọn GV được cập nhật, điều chỉnh theo từng thời kỳ phát triển của Trường, phù hợp với yêu cầu nâng cao chất lượng đội ngũ và phù hợp với quy định chung của Nhà nước [H6.06.03.03]. Để thực hiện việc tuyển dụng, lựa chọn GV, Trường thành lập Hội đồng tuyển dụng để đảm bảo việc tuyển dụng được chính xác khách quan và có sự đồng thuận tập thể. Trong thành phần Hội đồng luôn có thành viên là các khoa chuyên môn có liên quan. Ngoài ra, Trường còn có chế độ đãi ngộ, đào tạo, bồi dưỡng nhân sự nhằm nâng cao hiệu quả tuyển dụng [H6.06.03.04]. Căn cứ quy mô tuyển sinh hằng năm, các HP trong CTĐT ngành Marketing, nhu cầu ĐTBĐ đội ngũ (sau khi dự giờ, ĐG của đồng nghiệp, góp ý của khoa), Khoa Thương mại có kế hoạch tuyển dụng, kế hoạch đào tạo bồi dưỡng một số vị trí nhân sự của Khoa trình BGH phê duyệt [H6.06.03.05].

Trong các thông báo KH tuyển dụng hằng năm từ 2021 – 2025 của Trường cũng đã ghi chi tiết về tiêu chuẩn đối với từng vị trí tuyển dụng và quy trình tuyển dụng [H6.06.03.06]. Kết quả tuyển dụng được công bố công khai [H6.06.03.07]. Đối với tuyển dụng GV, ứng viên phải trải qua phần thực hành giảng dạy và trả lời các câu hỏi về chuyên môn của Hội đồng sát hạch. Sau khi trúng tuyển, các GV được giao nhiệm vụ biên soạn đề cương bài giảng, thông qua bài giảng ở bộ môn và tiến hành giảng thử tại bộ môn rồi mới được lên lớp chính thức. Trong 01 năm tập sự, khoa sẽ cử 01 GV có kinh nghiệm hướng dẫn trực tiếp cho GV tập sự [H6.06.03.01].

Việc bổ nhiệm, điều chuyển GV của CTĐT ngành Marketing được thực hiện theo Quy định nêu trên; việc bổ nhiệm các chức danh nghề nghiệp cho GV vào các ngạch bậc GV chính, GV cao cấp có được thực hiện theo quy định của Thông tư liên tịch số 36/2014/TTLT-BGDĐT-BNV ngày 28/11/2014 quy định mã số và tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp viên chức giảng dạy trong các cơ sở GDĐH công lập và các quy định của Bộ GD&ĐT và các quy định khác của Bộ chủ quản và của Trường. Việc bổ nhiệm viên chức lãnh đạo, quản lý còn dựa trên trình độ chuyên môn, kinh nghiệm thực tế và trên cơ sở quy hoạch cán bộ đã được phê duyệt cho từng giai đoạn [H6.06.03.08].

2. Điểm mạnh

Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV (bao gồm cả đạo đức và năng lực học thuật) để bổ nhiệm, điều chuyển được phổ biến và thông báo công khai. Các GV

được tuyển dụng, lựa chọn đều đáp ứng các tiêu chí của Trường.

3. Điểm tồn tại

Tuy có văn bản đầy đủ nhưng nội hàm trong văn bản chưa quy định đầy đủ các yêu cầu của mức chuẩn, do đó việc tuyển dụng GV đáp ứng tiêu chí đúng chuyên ngành được đào tạo thường gặp khó khăn.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại phối hợp với Phòng TCHC cụ thể hóa tiêu chí tuyển dụng GV đảm bảo đúng yêu cầu tuyển dụng về chuyên ngành được đào tạo để đáp ứng ngay được yêu cầu của CTĐT.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 6.4. Năng lực của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được xác định và được đánh giá

1. Mô tả hiện trạng

GV là nguồn lực rất quan trọng trong việc duy trì và nâng cao chất lượng đào tạo. Trong định hướng phát triển của CTĐT, đầu tư phát triển đội ngũ GV cả về số lượng và đặc biệt về chất lượng luôn là một trong những mục tiêu then chốt. Tiêu chí đánh giá năng lực đội ngũ GV, NCV còn gọi là KPIs, bao gồm các năng lực thực hiện các nhiệm vụ của GV: Năng lực NCKH; năng lực phát triển CTĐT; năng lực giảng dạy; năng lực giám sát và TĐG chất lượng công việc; năng lực nghiên cứu và đóng góp cho cộng đồng... Trường có quy định rõ năng lực của GV, NCV trong Quy chế về tổ chức và hoạt động của Trường; Quy chế tuyển dụng và Bản mô tả công việc của vị trí việc làm CB, GV, NV; Quy định tiêu chuẩn về chế độ làm việc, nghỉ ngơi đối với VC, NLĐ thuộc Trường; Quy chế hoạt động KHCN... [H6.06.04.01].

Năng lực của GV được xác định qua chỉ báo về năng lực chuyên môn (kiến thức, kỹ năng giảng dạy); năng lực xây dựng, thiết kế và thực hiện CTDH (đề cương HP và viết giáo trình); năng lực lựa chọn và áp dụng các phương pháp giáo dục, kiểm tra đánh giá phù hợp nhằm đáp ứng yêu cầu CĐR; năng lực ứng dụng và sử dụng CNTT trong dạy học; sáng kiến cải tiến, áp dụng vào trong giảng dạy; năng lực dạy NH tự học, tự nghiên cứu; năng lực hướng dẫn và đánh giá luận văn; năng lực hoạt động xã hội và PVCĐ.

Năng lực NCKH được xác định thông qua việc viết báo cáo khoa học, giáo trình, sách; công bố các kết quả NC, chuyển giao các kết quả nghiên cứu vào thực tiễn; khả năng hướng dẫn NH thực tập, luận văn... Đội ngũ GV cũng rất tích cực tham gia NCKH và có nhiều công trình khoa học có chất lượng. Như vậy, về cơ bản, trình độ chuyên môn của GV luôn được xác định rõ ràng và đáp ứng được yêu cầu của công việc.

Việc đánh giá năng lực đội ngũ GV trong công tác giảng dạy và NCKH, được Trường xác định rõ trong Quy định tiêu chuẩn, chế độ làm việc, nghỉ ngơi đối với viên chức, người lao động thuộc Trường. Hằng năm, Trường đều ban hành Bộ tiêu chuẩn đánh giá kết quả thực hiện công việc, trong đó, nêu rõ quy trình đánh giá, hình thức đánh giá; sử dụng kết quả đánh giá [H6.06.04.02].

Việc đánh giá năng lực của GV được căn cứ trên kết quả công việc được giao như khối lượng, chất lượng giảng dạy, NCKH, tiến độ và hiệu quả của công việc trong từng năm học; thực hiện và hướng dẫn thực hiện hoạt động xã hội cũng như PVCD.

Hằng năm, Trường/Khoa thực hiện đánh giá năng lực của GV, NCV qua các hình thức: Đánh giá chất lượng giảng dạy của GV, NCV qua quá trình dạy học của GV, dự giờ theo từng học kỳ và kiểm tra hồ sơ chuyên môn của GV, qua phản hồi của NH, cựu NH, NTD và kết quả thanh tra khối lượng và chất lượng công việc; đánh giá hoạt động NCKH của GV qua kết quả số lượng và chất lượng sản phẩm NCKH như: các bài báo quốc tế, kết quả đánh giá các đề tài NCKH của Hội đồng nghiệm thu, đánh giá các sách chuyên khảo, giáo trình, các sản phẩm khoa học được ứng dụng của GV; các công bố khoa học; qua kết quả hướng dẫn luận văn... Bên cạnh việc đánh giá năng lực của GV, cuối mỗi năm học, tất cả GV đều được đánh giá, xếp loại thi đua. Kết quả đánh giá năng lực được xem xét để có kế hoạch đào tạo bồi dưỡng; khen thưởng hoặc phân loại; để cân nhắc bổ nhiệm [H6.06.04.03], [H6.06.04.04].

Kết thúc mỗi học kỳ, TT.QLCL lấy ý kiến phản hồi của NH về HP thông qua phiếu khảo sát NH về chất lượng giảng dạy. Trong những năm vừa qua, kết quả đánh giá của NH đều cho thấy các hoạt động giảng dạy của Khoa đã đáp ứng được nhu cầu học tập của NH, và mức hài lòng trung bình của NH trên 80% về hoạt động giảng dạy của GV [H6.06.04.05].

2. Điểm mạnh

Năng lực của đội ngũ cán bộ giảng dạy được xác định rõ ràng, nhất quán. Việc đánh giá năng lực GV đa dạng về hình thức và ở nhiều cấp độ khác nhau.

3. Điểm tồn tại

Việc đánh giá GV cuối năm còn thực hiện thủ công dựa trên đánh giá của GV sau đó gửi lại cho Thư ký Khoa tổng hợp, sau đó trình lên BCN Khoa đánh giá và gửi kết quả lên trường.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại tiếp tục cải tiến và áp dụng CNTT (như sử dụng các

form mẫu được định sẵn công thức, sử dụng link liên kết để thuận tiện trong việc tổng hợp và đánh giá) trong đánh giá điểm GV cuối năm.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 6.5. Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được xác định và có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó.

1. Mô tả hiện trạng

Hàng năm, Nhà trường xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng và phát triển đội ngũ để nâng cao trình độ về chuyên môn, nghiệp vụ cho GV, thông báo về việc rà soát và đăng kí GV đi học nâng cao trình độ. Từ thông báo của Trường, Khoa đã triển khai, xem xét và lập danh sách GV đăng kí gửi về phòng TCHC [H6.06.05.01]. Thông qua các buổi họp tổng kết năm, khoa Thương mại đã quan tâm đến việc xây dựng kế hoạch đào tạo và phát triển chuyên môn cho GV [H6.06.05.02]. Hoạt động đào tạo, bồi dưỡng phát triển đội ngũ GV của khoa Thương mại luôn bám sát quy định về đào tạo, bồi dưỡng công chức, viên chức của Trường [H6.06.05.03].

Hàng năm, Khoa họp/tổng kết, đánh giá năng lực GV, căn cứ tiêu chí về trình độ, năng lực đội ngũ, GV tự nguyện đăng kí nhu cầu đào tạo bồi dưỡng, hoặc Khoa chỉ định CB, GV phải đi đào tạo bồi dưỡng đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKH; sau đó, Khoa Thương mại lập kế hoạch đào tạo bồi dưỡng của Khoa chuyển về cho Phòng TCHC tổng hợp thành kế hoạch đào tạo bồi dưỡng chung của Trường. Tổng hợp giai đoạn 2021 – 2025, có 90% số GV, NCV được ĐTBĐ và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ theo kế hoạch của Trường [H6.06.05.03], [H6.06.05.04], [H6.06.05.05].

Trường và khoa Thương mại có chính sách và biện pháp tạo điều kiện cho cán bộ quản lý và GV tham gia các hoạt động chuyên môn ở trong nước và nước ngoài. Khoa luôn tạo điều kiện về thời gian giảng dạy cho giảng viên có điều kiện sắp xếp tham gia các hoạt động chuyên môn trong và ngoài nước [H6.06.05.06].

Trường và khoa Thương mại công khai thông báo các chương trình học bổng nước ngoài nhằm tạo điều kiện để cán bộ GV trẻ tham gia dự tuyển. Chương trình luôn khuyến khích GV phối hợp, liên kết nghiên cứu với các GV từ các trường đại học có uy tín từ nước ngoài để nâng cao trình độ nghiên cứu và giảng dạy và học tập tại chương trình. GV trong chương trình thường xuyên liên kết nghiên cứu với các GV, nhà khoa học từ các trường đại học có uy tín [H6.06.05.07].

Kết quả thực hiện kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của GV, NCV được giám sát, đánh giá hàng năm. Phòng TCHC giám sát, đánh giá thực hiện kế hoạch đào tạo bồi dưỡng, theo dõi quá trình thực hiện công tác đào tạo bồi dưỡng từ việc xây dựng và ban hành các quy định, lập kế hoạch, thực hiện so với mục tiêu của kế hoạch, đánh giá kết quả đào tạo bồi dưỡng, việc sử dụng

kết quả đào tạo bồi dưỡng [H6.06.05.08]; khảo sát nhu cầu, đánh giá kết quả đào tạo bồi dưỡng. Kết quả đào tạo bồi dưỡng là một trong tiêu chí đánh giá hoàn thành nhiệm vụ của CB, GV và sử dụng như một tiêu chí để xét thi đua khen thưởng hằng năm [H6.06.05.09].

2. Điểm mạnh

Nhu cầu đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ GV thiết thực, phong phú. Trường, khoa có cơ chế hỗ trợ, khuyến khích GV tham gia các chương trình đào tạo nâng cao trình độ và các khóa đào tạo ngắn hạn. Các hoạt động triển khai các khóa đào tạo, tập huấn cho GV nhanh chóng, hiệu quả. Đội ngũ tập huấn viên là những người trình độ và kinh nghiệm trong lĩnh vực đảm nhiệm.

3. Điểm tồn tại

Khoa Thương mại chưa có các kế hoạch hằng năm về nâng cao năng lực thiết kế đề cương học phần, chọn lựa tổ hợp phương pháp dạy học và phương pháp đánh giá tương thích CDR cho đội ngũ GV; chưa đánh giá hiệu quả của các khóa/đợt tập huấn/đào tạo hoặc sau mỗi đợt cử người đi tập huấn/đào tạo.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại xây dựng kế hoạch dài hạn về nâng cao năng lực thiết kế đề cương học phần, chọn lựa tổ hợp phương pháp dạy học và phương pháp đánh giá tương thích CDR cho đội ngũ GV. Khoa Thương mại tiến hành đánh giá hiệu quả sau mỗi khóa/đợt tập huấn/đào tạo hoặc sau mỗi đợt cử người đi tập huấn/đào tạo và sử dụng kết quả này để hoạch định và triển khai kế hoạch tiếp theo.

5. Tự đánh giá: Đạt (4/7)

Tiêu chí 6.6. Việc quản trị theo kết quả công việc của giảng viên, nghiên cứu viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng

1. Mô tả hiện trạng

Để đánh giá mức độ hoàn thành công việc của CB, GV, NV, Trường có quy định cụ thể về khối lượng công việc (nghiên cứu, giảng dạy và công tác khác) cho từng loại đối tượng cán bộ giảng dạy theo Qui định tiêu chuẩn, chế độ làm việc và nghỉ ngơi đối với VC&NLĐ; Quy định về đánh giá, phân loại đơn vị, công chức, viên chức và người lao động của Trường [H6.06.06.01]; Khoa Thương mại tổng kết đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ của từng GV theo hướng dẫn của Trường với những quy định cụ thể về khối lượng công việc cũng như các quy chế về khen thưởng, Qui chế thi đua khen thưởng [H6.06.06.02].

Căn cứ khối lượng công việc, định mức giảng dạy, NCKH và công việc khác quy định trong các văn bản của Trường, mỗi đầu năm học, tất cả CB, GV và NV của

Khoa đều phải lập kế hoạch công tác cá nhân cho năm học mới về hoạt động giảng dạy, NCKH, PVCD, nhu cầu đào tạo bồi dưỡng và các hoạt động khác, đồng thời đăng ký danh hiệu thi đua năm học và được Lãnh đạo Khoa phê duyệt [H6.06.06.03].

Những GV hoàn thành tốt công việc giảng dạy, NCKH và các công việc được giao khác luôn nhận được công nhận danh hiệu thi đua: Lao động tiên tiến, Chiến sĩ thi đua; được đề nghị khen thưởng Giấy khen của Hiệu trưởng, Bằng khen của Bộ trưởng, Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ... Việc xem xét khen thưởng cho cán bộ chính là việc ghi nhận thành tích trong quá trình công tác của cá nhân. Những cá nhân có thành tích cao, đột xuất xuất sắc sẽ được tăng lương trước hạn hoặc bổ nhiệm vào vị trí quản lý chuyên môn hoặc hành chính. Việc ghi nhận đúng thành tích và khen thưởng kịp thời cho GV sẽ tạo động lực cho GV phát huy hết khả năng trong giảng dạy và nghiên cứu [H6.06.06.04].

Hàng tháng, khoa tiến hành việc đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ của các cá nhân. Hoạt động này đã giúp GV của khoa nâng cao được hiệu quả công việc của mình, đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của khoa và Trường. Ngoài ra, căn cứ trên kết quả bình xét thi đua của khoa, Trường sẽ tổ chức họp Hội đồng bình xét kết quả thi đua đối với GV. Kết quả xếp loại lao động của GV sẽ làm căn cứ để chi trả thu nhập tăng thêm cho GV. Thu nhập tăng thêm hằng tháng sẽ động viên, khuyến khích GV hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao trong năm [H6.06.06.05].

Trường có quy định rất cụ thể về trách nhiệm giảng dạy và NCKH của các GV theo chức danh. Hằng năm, ngoài việc GV phải giảng dạy đủ giờ chuẩn theo định mức, GV còn phải có công trình NCKH. Trên cơ sở đó, Trường có quy định khen thưởng đối với các công trình công bố bằng tiếng nước ngoài đăng trên các Tạp chí khoa học chuyên ngành, có chỉ số trích dẫn cao như ISI, Scopus [H6.06.06.06]. Trong giai đoạn đánh giá 2021 – 2025, nhiều GV được khen thưởng về số bài báo công bố quốc tế [H6.06.06.07]. Với các quy định trong việc đánh giá công việc và các chính sách khen thưởng kịp thời, GV và nhân viên cảm thấy hài lòng với việc đánh giá và thi đua, khen thưởng của Trường [H6.06.06.08].

2. Điểm mạnh

Đa số GV tham gia giảng dạy CTĐT ngành Marketing đều vượt định mức quy định cụ thể về khối lượng công việc (nghiên cứu, giảng dạy). Nhiều GV hài lòng về kết quả đánh giá và đạt danh hiệu thi đua, được khen thưởng bậc cao, được xem xét để nâng bậc lương trước thời hạn. Các GV đều có kế hoạch công tác hàng năm.

3. Điểm tồn tại

Trong giai đoạn 2021 – 2025, việc quản trị công việc của GV về hoạt động PVCD còn chưa rõ nét như hoạt động đào tạo và NCKH.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường tiếp tục duy trì các chính sách về chế độ thi đua khen thưởng để tạo động lực cho GV tích cực tham gia NCKH và các hoạt động PVCĐ.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 6.7. Các loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của giảng viên và nghiên cứu viên được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Trường ban hành các chính sách về NCKH quy định loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV phải thực hiện như: Kế hoạch chiến lược phát triển của Trường; Quy định tiêu chuẩn chế độ làm việc và nghỉ ngơi đối với VC&NLĐ thuộc Trường; Quy chế hoạt động khoa học công nghệ của Trường (Chính sách về nghiên cứu khoa học – Quy định về các loại hình và số lượng các hoạt động NCKH của GV) [H6.06.07.01], [H6.06.07.02]; Các loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của GV luôn được xác lập rõ ràng. Theo Quy định tiêu chuẩn chế độ làm việc và nghỉ ngơi đối với VC&NLĐ thuộc Trường và Quy chế hoạt động khoa học công nghệ của Trường, GV làm việc tại các khoa tối thiểu phải có một đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở hoặc tương đương được nghiệm thu từ đạt yêu cầu trở lên hoặc một bài báo được công bố trên tạp chí khoa học có mã số chuẩn quốc tế ISSN hoặc một báo cáo khoa học tại hội thảo khoa học chuyên ngành; đối với giảng viên đăng ký theo định hướng nghiên cứu phải có ít nhất 01 bài báo khoa học trên tạp chí ISI có chỉ số Q1 hoặc Q2 theo phân loại của Scimago (là tác giả đứng đầu hoặc tác giả liên hệ duy nhất) hoặc là chủ nhiệm 01 đề tài/dự án/đề án KHCN cấp nhà nước/bộ/tỉnh/thành phố và tương đương (không bao gồm đề tài thuộc chương trình Vườn ươm khoa học). Các bài báo, đề tài thuộc nhiệm vụ của giảng viên định hướng nghiên cứu vẫn được thanh toán, khen thưởng theo Quy chế chi tiêu nội bộ. Trường hợp giảng viên đã đăng ký theo định hướng nghiên cứu mà không hoàn thành nhiệm vụ được giao thì sẽ bị xử lý và phải bồi hoàn theo quy định.

Trong kế hoạch cá nhân hằng năm, các GV luôn đề ra những mục tiêu NCKH cụ thể (NC đề tài các cấp, hội nghị, hội thảo, xuất bản ấn phẩm KHCN, công bố KH; viết sách, giáo trình; kết quả chuyển giao kết quả NCKH; viết thông tin KH...; hướng dẫn luận văn thạc sĩ) với kết quả và khối lượng NCKH cụ thể. Kết thúc năm học, Khoa Thương mại và Trường luôn có hoạt động đánh giá nhằm xác định về số lượng và khối lượng các hoạt động nghiên cứu của GV [H6.06.07.02].

Đầu năm học, Khoa Thương mại xây dựng kế hoạch năm học trên cơ sở đăng ký nhiệm vụ NCKH của mỗi GV theo định mức NCKH; thông báo công khai vào đầu mỗi năm học trong các họp Khoa. Trường giao Phòng KHCN là đầu mối hỗ trợ,

giám sát và tổ chức nghiệm thu, đánh giá kết quả NCKH, tổng hợp và lưu trữ cơ sở dữ liệu NCKH của Khoa [H6.06.07.03].

Hàng năm, việc đăng ký, xét duyệt đề tài các cấp được thực hiện theo đúng quy định bao gồm: GV, NCV chủ động đăng ký đề tài NCKH với Phòng KHCN để tổng hợp xây dựng kế hoạch NCKH của Khoa; giám sát tiến độ đề tài; thành lập Hội đồng cấp Trường để tổ chức xét duyệt các đề tài; Lãnh đạo Trường ra quyết định giao đề tài để các GV thực hiện. Cuối mỗi năm, Khoa tổ chức đánh giá việc thực hiện nhiệm vụ NCKH, có đối sánh với năm trước đó. Hoạt động NCKH của GV được giám sát thông qua Phòng Khoa học công nghệ [H6.06.07.03].

Trong giai đoạn 2021 – 2025, GV tham gia giảng dạy ngành Marketing công bố 208 bài báo trên tạp chí uy tín trong nước và kỷ yếu hội thảo; 122 bài báo Quốc tế; xuất bản 1 sách/giáo trình tham khảo; thực hiện 01 ĐT cấp Bộ và 2 cấp Trường [H6.06.07.04]. Hàng năm, Trường thực hiện tổng kết hoạt động KHCN, trong đó có thực hiện việc đối sánh về số lượng, chất lượng nghiên cứu khoa học [H6.06.07.05].

2. Điểm mạnh

Tất cả GV tham gia giảng dạy CTĐT luôn vượt định mức số giờ NCKH hàng năm do Trường đề ra. Đội ngũ GV tham gia nhiều loại hình nghiên cứu khác nhau gồm: đề tài khoa học cấp cơ sở, cấp tỉnh, cấp quốc gia; xuất bản các bài báo khoa học trong các hội thảo trong nước và quốc tế; xuất bản sách chuyên khảo, sách tham khảo, giáo trình.

3. Điểm tồn tại

Đánh giá việc thực hiện giờ NCKH của mỗi GV so với định mức hàng năm (5 năm); việc tham gia vào hoạt động NCKH của GV chưa đồng đều trong toàn bộ GV của Khoa. Công bố khoa học quốc tế còn khiêm tốn; đề tài cấp Trường chưa nhiều.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại sẽ xây dựng các hướng nghiên cứu, lựa chọn các đối tác hợp tác để đồng thực hiện các nhóm đề tài nghiên cứu các cấp nhằm tăng số lượng và chất lượng nghiên cứu; đồng thời xây dựng kế hoạch tập trung nguồn lực đầu tư, có chính sách khuyến khích, thúc đẩy và có chế tài bắt buộc mạnh hơn nữa để GV của Khoa tích cực NCKH, tham gia các đề tài, dự án của các cấp.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về Tiêu chuẩn 6:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Công tác quy hoạch, tuyển dụng, bổ nhiệm GV của Trường được thực hiện theo kế hoạch, có quy trình và tiêu chuẩn cụ thể, rõ ràng. Khối lượng công việc của

GV đều được đo lường, giám sát cụ thể qua việc phân công nhiệm vụ, theo dõi việc thực hiện và được đánh giá kết quả thực hiện vào cuối năm học. Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV (bao gồm cả đạo đức và năng lực học thuật) để bổ nhiệm, điều chuyển được phổ biến và thông báo công khai. Nhu cầu đào tạo bồi dưỡng và phát triển chuyên môn của đội ngũ GV thiết thực, phong phú. Trường, khoa có cơ chế hỗ trợ, khuyến khích GV tham gia các chương trình đào tạo TS và các khóa đào tạo ngắn hạn.

Đa số GV tham gia giảng dạy CTĐT chuyên ngành Marketing trình độ Thạc sỹ đều vượt định mức quy định cụ thể về khối lượng công việc (nghiên cứu, giảng dạy). Nhiều GV đạt danh hiệu thi đua, được khen thưởng bậc cao, được xem xét để nâng bậc lương trước thời hạn.

Tất cả GV tham gia giảng dạy CTĐT luôn vượt định mức số giờ NCKH hàng năm do Trường đề ra. Đội ngũ GV tham gia nhiều loại hình nghiên cứu khác nhau.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Kế hoạch phát triển Khoa chưa thể hiện rõ việc quy hoạch đội ngũ GV cho hoạt động PVCD. Việc đo lường các nhiệm vụ PVCD chưa có những tiêu chí cụ thể.

Việc tuyển dụng GV đáp ứng tiêu chí đúng chuyên ngành được đào tạo thường gặp khó khăn. Việc đánh giá GV cuối năm còn thực hiện thủ công.

Khoa chưa có các kế hoạch dài hạn về nâng cao năng lực thiết kế đề cương học phần, chọn lựa tổ hợp phương pháp dạy học và phương pháp đánh giá tương thích CDR cho đội ngũ GV, chưa đánh giá hiệu quả sau mỗi khóa/ đợt tập huấn/ đào tạo hoặc sau mỗi đợt cử người đi tập huấn/ đào tạo. Việc quản trị công việc của CB, GV, NV về hoạt động PVCD còn chưa rõ nét như hoạt động đào tạo và NCKH.

Đánh giá việc thực hiện giờ NCKH của mỗi GV so với định mức hằng năm (5 năm); việc tham gia vào hoạt động NCKH của GV chưa đồng đều trong toàn bộ GV của Khoa, chỉ tập trung vào một số rất ít GV. Công bố khoa học quốc tế còn khiêm tốn; chưa thực hiện ĐT cấp Bộ/Tỉnh; ĐT cấp Trường hạn chế.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 6:

Có 6/7 tiêu chí đạt điểm 5, 1/7 tiêu chí đạt điểm 4, Mức trung bình: 4,86; Số tiêu chí đạt 7; Tỷ lệ số tiêu chí đạt 100(%).

Tiêu chuẩn 7. Đội ngũ nhân viên

Bên cạnh vai trò giảng dạy của GV thì đội ngũ NV hỗ trợ đóng một vị trí quan trọng và khẳng định được chỗ đứng của mình trong nhiều hoạt động của Trường. Đội ngũ NV hỗ trợ hoạt động hiệu quả sẽ dẫn đến các hoạt động trong Trường luôn thông suốt, chất lượng học tập của NH và hiệu quả giảng dạy của GV sẽ tốt hơn. Đội ngũ NV của Trường nói chung và của Khoa Thương mại nói riêng được quy hoạch, tuyển dụng đáp ứng yêu cầu phục vụ đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD.

Tiêu chí 7.1. Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên (làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) được thực hiện đáp ứng nhu cầu đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Chiến lược phát triển của Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm Tp. HCM đến năm 2025 tầm nhìn 2035 theo QĐ số 3224 ngày 30/12/2020 đã xây dựng Quy hoạch phát triển đội ngũ cán bộ, nhân viên là cơ sở cho việc xây dựng kế hoạch chiến lược phát triển đội ngũ nhân viên hỗ trợ của Trường [H7.07.01.01]. Đây là cơ sở để phát triển và đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ nhằm đáp ứng nhu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD.

Để làm tốt công tác quy hoạch, hằng năm Trường đưa ra kế hoạch tuyển dụng để lựa chọn ra đội ngũ hỗ trợ phục vụ công tác đào tạo, NCKH cũng như hoàn thành nhiệm vụ chung của Trường [H7.07.01.02]. Công tác tuyển dụng được cụ thể hóa trong Quy chế Tuyển dụng, ký kết hợp đồng làm việc, lao động, tập sự, bổ nhiệm chức danh nghề nghiệp [H7.07.01.03]. Mỗi vị trí công việc được mô tả chi tiết trong Bản mô tả vị trí công việc của NV [H7.07.01.04].

Khoa Thương mại có 01 cán bộ phụ trách công tác giáo vụ Khoa, Phòng Đào tạo có cán bộ chuyên trách công tác quản lý học tập và tổ chức lớp học cùng hỗ trợ đắc lực cho Trường và BCN Khoa, GV và NH trong các công tác hành chính liên quan đến việc quản lý cũng như việc dạy và học. Giáo vụ Khoa và cán bộ chuyên trách có đủ năng lực và trình độ chuyên môn để hoàn thành tốt các hoạt động hỗ trợ này [H7.07.01.05].

Khoa Thương mại đã xây dựng đội ngũ GV kiêm nhiệm hỗ trợ gồm các công tác như: đội ngũ CVHT (15 GV), công tác Đoàn và phong trào thanh niên (01GV), Công đoàn Khoa (01 GV). Khoa Thương mại phân công 01 GV trực khoa hằng ngày để đảm bảo giải đáp được thắc mắc, kịp thời hỗ trợ NH các công tác liên quan đến thủ tục GV, Phòng Đào tạo phân công cán bộ chuyên trách hỗ trợ người học các công tác liên quan đến học tập, NCKH và các hoạt động phong trào của NH. Đội ngũ nhân viên hỗ trợ của Khoa Thương mại và cán bộ chuyên trách của Phòng Đào tạo làm việc giờ hành chính, thậm chí ngoài giờ, tăng ca để hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao nhằm hỗ trợ tốt nhất việc học tập và NCKH của NH [H7.07.01.04].

Bên cạnh đội ngũ cán bộ hỗ trợ, các GV giảng dạy của Khoa Thương mại và NH còn được hỗ trợ về tài liệu, thông tin... thông qua đội ngũ nhân viên kỹ thuật của TT.Thông tin Thư viện, NV hỗ trợ từ các phòng ban khác như: Phòng CTSV & TTGD, TT.QLCL, TT.Thí nghiệm thực hành, TT.CNTT, TT.Tuyển sinh & Truyền thông. Các phòng ban được bố trí đủ số lượng cán bộ, đáp ứng được nhu cầu về năng

lực và phẩm chất công tác trong các hoạt động hỗ trợ NH trong học tập và nghiên cứu [H7.07.01.05].

Số lượng nhân viên Thư viện của Trường là 10 người. Đội ngũ nhân viên thư viện của Trường có trình độ, chuyên môn nghiệp vụ và trình độ tin học, ngoại ngữ đáp ứng tốt nhu cầu khai thác tài liệu sách báo của bạn đọc. TT.Thông tin thư viện được thành lập từ năm 1999, là đơn vị tham mưu giúp lãnh đạo Trường thực hiện công tác quản lý thư viện, triển khai ứng dụng KHCN & tổ chức các hoạt động thu thập, khai thác, lưu trữ cung cấp thông tin tư liệu phục vụ giảng dạy, học tập, đào tạo, NCKH của Trường [H7.07.01.06].

Các đơn vị phòng ban hỗ trợ trong Trường có đội ngũ cán bộ đủ trình độ chuyên môn nghiệp vụ và có sự phân công công việc cho từng chuyên viên một cách rõ ràng và chi tiết theo chuyên môn và nghiệp vụ của từng người. Đội ngũ NV hỗ trợ của Trường đáp ứng được yêu cầu đào tạo, NCKH và đáp ứng được nhu cầu của cộng đồng [H7.07.01.07].

Để đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu của đội ngũ cán bộ hỗ trợ, hằng năm, Trường tiến hành khảo sát lấy ý kiến đánh giá hoạt động hỗ trợ của đội ngũ cán bộ, nhân viên từ GV và NH. Kết quả khảo sát sự hài lòng của GV và NH về các dịch vụ hỗ trợ NH thể hiện trong bảng 7.1 dưới đây [H7.07.01.08]:

Bảng 7.1. Kết quả khảo sát sự hài lòng của NH về các dịch vụ hỗ trợ NH

Stt	Tiêu chí đánh giá	Đánh giá của NH (%)
1.	Nhà trường tạo môi trường thoải mái, thân thiện để thực hiện các hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu	79,57
2.	Việc trang bị phương tiện hỗ trợ cần thiết cho hoạt động dạy – học ở phòng học/giảng đường.	78,82
3.	Việc bố trí các khu vực làm việc của Khoa tạo điều kiện thuận lợi cho người học.	78,49
4.	Anh/Chị đánh giá về mức độ hài lòng khi làm việc với khoa	76,23

Tháng 11/2017, Trường đã thực hiện xây dựng Đề án vị trí việc làm, có kế hoạch triển khai nhằm đáp ứng nhu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD. Tháng 12/2017 Đề án vị trí việc làm được phê duyệt, Trường đã xây dựng đội ngũ đáp ứng yêu cầu nâng cao chất lượng đào tạo, NCKH và hội nhập quốc tế nhằm đáp ứng nhu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD [H7.07.01.04].

Bên cạnh đó, việc quy hoạch đội ngũ NV (làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác) được thực hiện đáp ứng nhu cầu

về đào tạo, NCKH và các hoạt động PVCD thông qua chính sách thu hút, tuyển chọn, phát triển đội ngũ [H7.07.01.08].

2. Điểm mạnh

Đội ngũ cán bộ hỗ trợ NH đủ về số lượng và thành thạo nghiệp vụ, đáp ứng yêu cầu thực hiện CTĐT. Đội ngũ cán bộ hỗ trợ NH của Khoa Thương mại tận tình, giải đáp mọi thắc mắc của NH liên quan đến học tập và rèn luyện tại Khoa, Trường, giúp NH có thành tích học tập tốt hơn.

3. Điểm tồn tại

Cán bộ hỗ trợ NH của Khoa Thương mại kiêm nhiệm nhiều công việc.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại cử thêm GV tham dự các lớp tập huấn nghiệp vụ hỗ trợ NH để hỗ trợ cán bộ của khoa giải quyết tốt và linh hoạt hơn các vấn đề của NH.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 7.2. Các tiêu chí tuyển chọn nhân viên để bổ nhiệm, điều chuyển được xác định rõ ràng và phổ biến công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Khoa Thương mại và các đơn vị hỗ trợ có các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn đội ngũ NV rõ ràng, cụ thể theo Quy chế tuyển dụng số 2228/QĐ-DCT của Nhà trường, trong đó tiêu chuẩn quan trọng nhất là tư cách đạo đức, trình độ chuyên môn [H7.07.02.01]. Căn cứ trên chỉ tiêu về đội ngũ cán bộ hỗ trợ của Trường và căn cứ đề nghị tuyển dụng của Ban chủ nhiệm Khoa, Trường có kế hoạch tuyển dụng đội ngũ cán bộ hỗ trợ của Khoa và Trường. Các chỉ tiêu, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn đội ngũ NV được phổ biến công khai trên website của Trường [H7.07.02.02]. Để đảm bảo tính chính xác và khách quan, trong quá trình tuyển dụng, Hội đồng tuyển dụng được thành lập. Kết quả được công bố công khai rộng rãi trên các Website của Trường và phương tiện thông tin của đơn vị [H7.07.02.03].

Cán bộ hỗ trợ có đủ tiêu chuẩn theo quy định về phẩm chất, năng lực đối với từng chức vụ quản lý sẽ được bổ nhiệm để đảm bảo sự ổn định, kế thừa và phát triển đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý. Ngoài ra, điều này còn nhằm tạo điều kiện để cán bộ lãnh đạo quản lý được đào tạo, bồi dưỡng, rèn luyện qua thực tiễn, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động của Trường. Các cán bộ hỗ trợ được sắp xếp công việc theo bảng phân công nhiệm vụ của từng đơn vị, phòng ban. Quy trình bổ nhiệm được thực hiện theo đúng quy chế bổ nhiệm, luân chuyển, từ chức, miễn nhiệm VC lãnh đạo các đơn vị thuộc Trường [H7.07.02.04].

Trường và Khoa Thương mại luôn tuân thủ chặt chẽ các quy định cụ thể về tiêu chuẩn bổ nhiệm ngạch chuyên viên (chuyên viên chính, chuyên viên cao cấp,

chuyên gia), các nội dung này được quy định rõ trong Quy chế bổ nhiệm, bổ nhiệm lại, kéo dài thời gian giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm luân chuyển và chuyển đổi vị trí công tác đối với VC thuộc Trường và Quy định nâng bậc và chuyển ngạch theo các quy định của Nhà nước [H7.07.02.05].

Các Quyết định về bổ nhiệm VC, NLĐ trong Trường được công bố rộng rãi và phổ biến công khai. Bên cạnh đó, Trường luôn thông báo cho toàn bộ CB, VC về việc chuyển ngạch và nâng ngạch VC [H7.07.02.06].

Cán bộ NV hỗ trợ có thời gian thử việc theo đúng quy định của Luật và Quy chế làm việc. Trường đơn vị sẽ có sự đánh giá về kết quả công việc và đề xuất Trường tiếp tục hay ngừng việc ký tiếp hợp đồng làm việc [H7.07.02.07]. Số lượng cán bộ hỗ trợ được tuyển dụng, điều chuyển hay bổ nhiệm hàng năm được đưa vào báo cáo tình hình nhân sự của Trường và được phổ biến công khai cho đội ngũ GV, nhân viên trong Trường được biết.

Đối với những cá nhân có thành tích xuất sắc, Trường có chính sách động viên thông qua Quy định về nâng lương trước hạn đối với cán bộ viên chức có thành tích xuất sắc. Các tiêu chí tuyển chọn nhân viên để nâng lương trước hạn được xác định rõ ràng và phổ biến công khai [H7.07.02.08]. Các tiêu chí tuyển dụng, bổ nhiệm và điều chuyển được xác định dựa trên ý kiến của các BLQ [H7.07.02.09].

2. Điểm mạnh

Tiêu chí tuyển dụng cán bộ hỗ trợ của Khoa Thương mại được quy định rõ ràng. Công tác bổ nhiệm cán bộ hỗ trợ có đủ năng lực và phẩm chất chính trị đáp ứng các điều kiện và tiêu chuẩn được thực hiện đúng quy trình bổ nhiệm cán bộ của Trường.

3. Điểm tồn tại

Trong công tác tuyển dụng và luân chuyển thì những văn bản qui định nhìn chung tương đối chung chung, chưa lượng hóa cụ thể về các chức danh, cán bộ được luân chuyển. Việc đánh giá chất lượng luân chuyển đối với đội ngũ cán bộ còn một số điểm hạn chế, chưa tổ chức khảo sát ý kiến của các BLQ về các tiêu chí tuyển dụng, bổ nhiệm và điều chuyển NV.

4. Kế hoạch hành động

Trong năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường sẽ lượng hóa cụ thể hơn và thường xuyên đánh giá hiệu quả của công tác bổ nhiệm, điều chuyển. Thực hiện khảo sát các BLQ về các tiêu chí tuyển dụng, bổ nhiệm và luân chuyển.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 7.3. Năng lực của đội ngũ nhân viên được xác định và được đánh giá.

1. Mô tả hiện trạng

Khoa Thương mại và các đơn vị phục vụ xác định và đánh giá năng lực của đội ngũ NV theo chất lượng công việc, trình tự từ cấp Bộ môn, cấp đơn vị đến cấp Trường theo các thông báo hướng dẫn về việc xét thi đua khen thưởng hàng năm và Quyết định ban hành quy định tiêu chuẩn, chế độ làm việc và nghỉ ngơi đối với VC và NLD thuộc Trường [H7.07.03.01]. Bên cạnh đó, năng lực của đội ngũ NV được xác định và được đánh giá thông qua Bảng phân công công việc của đội ngũ NV [H7.07.03.02]. Để làm được việc đó đòi hỏi sự đáp ứng về năng lực của đội ngũ cán bộ hỗ trợ để giúp GV và NH hoàn thành nhiệm vụ của mình. Các cán bộ hỗ trợ được quản lý thông qua bằng cấp và lý lịch viên chức được cập nhật hằng năm [H7.07.03.03].

Hằng năm, năng lực của đội ngũ nhân viên được đánh giá thông qua Bảng tiêu chí năng lực của đội ngũ nhân viên [H7.07.03.04]. Trong đó, phản ánh rõ chuyên môn, quá trình công tác và quá trình tự học nâng cao trình độ bằng biểu mẫu tự nhận xét cuối năm của viên chức hành chính [H7.07.03.05].

Kết quả đánh giá được phổ biến cho tất cả cán bộ nhân viên. Dựa vào đánh giá hàng tháng và kết quả công tác trong năm học, cán bộ hỗ trợ của Khoa Thương mại được đánh giá phân loại hằng năm nhằm làm rõ ưu điểm, khuyết điểm, mặt mạnh, mặt yếu về tư tưởng, phẩm chất chính trị, đạo đức, năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, kết quả thực hiện nhiệm vụ được giao. Việc đánh giá có tiêu chí rõ ràng và cụ thể, các cá nhân đạt thành tích sẽ có Quyết định công nhận các danh hiệu thi đua, khen thưởng do Hiệu trưởng tặng cho tập thể và các cá nhân [H7.07.03.06]. Quy trình đánh giá cán bộ hỗ trợ cuối năm được thực hiện như sau: (i) Làm báo cáo tự đánh giá kết quả công tác theo nhiệm vụ được giao; (ii) Quyết định đánh giá, phân loại của trường đơn vị; (iii) Đánh giá ở Hội đồng cấp đơn vị; (iv) Đánh giá ở Hội đồng cấp Trường [H7.07.03.01].

Kế hoạch đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên (tự đánh giá, cấp trên đánh giá, đồng nghiệp đánh giá được Trường phổ biến và công khai trước kết thúc mỗi năm học. Kết quả đánh giá cán bộ hỗ trợ của Khoa Thương mại đều đạt mức hoàn thành tốt và hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao. Điều đó cho thấy đội ngũ cán bộ hỗ trợ của Khoa hoàn toàn đáp ứng được các công việc được giao [H7.07.03.04]. Ngoài ra, đội ngũ nhân viên các đơn vị phòng ban, trung tâm cũng được lấy ý kiến khảo sát từ các đồng nghiệp và người học [H7.07.03.07].

2. Điểm mạnh

Trường đã có quy trình, phương pháp, công cụ, tiêu chí rõ ràng để đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên. Hoạt động đánh giá và phân loại đội ngũ cán bộ hỗ trợ của Khoa đảm bảo chính xác, công bằng, công khai và phù hợp với quy định của

Trường.

3. Điểm tồn tại

Năng lực chuyên môn, ngoại ngữ, tin học của cán bộ hỗ trợ ở các đơn vị chưa đồng đều.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại sẽ đề xuất chính sách để Trường tăng cường hỗ trợ cho nhân viên đi học nâng cao trình độ, ngoại ngữ và tin học.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 7.4. Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên được xác định và có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó.

1. Mô tả hiện trạng

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là các hoạt động để duy trì và nâng cao chất lượng đội ngũ NV, là điều kiện quyết định để Trường thực hiện tốt công tác đào tạo và các hoạt động của Trường. Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên được xác định, Trường và Khoa Thương mại khuyến khích và tạo điều kiện cho cán bộ hỗ trợ được đi học tập, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ với sự hỗ trợ về thời gian và kinh phí được quy định cụ thể trong văn bản Quy định về đào tạo bồi dưỡng của Trường [H7.07.04.01].

Trong giai đoạn đánh giá, Trường đã tổ chức khóa bồi dưỡng, tập huấn cho toàn bộ các VC và NLĐ như nghiệp vụ soạn thảo văn bản hành chính, an toàn lao động, kiến thức quốc phòng-an ninh, tập huấn GV dạy kỹ năng mềm, tổ chức các lớp bồi dưỡng ngạch chuyên viên, tổ chức các khóa tập huấn về đảm bảo chất lượng và thu hút nhiều cán bộ hỗ trợ tham gia [H7.07.04.02].

Việc đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ hỗ trợ được Trường thực hiện có kế hoạch và được xác định rõ ràng. Kế hoạch của Trường được hoạch định dựa vào kế hoạch đào tạo từ các phòng, khoa và TT [H7.07.04.03], các kết quả đào tạo, bồi dưỡng [H7.07.04.04], danh sách nhân sự thuộc diện quy hoạch [H7.07.04.05]; báo cáo khảo sát nhu cầu học tập bồi dưỡng, nâng cao trình độ của cán bộ, VC và NLĐ của Trường [H7.07.04.06].

Sau khi thống kê, Trường có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó như các thông báo/kế hoạch về tổ chức bồi dưỡng [H7.07.04.02], [H7.07.04.03]. Các lĩnh vực nâng cao bồi dưỡng được xác định gồm: lý luận chính trị, bồi dưỡng chuyên môn, ngoại ngữ và tin học... Các quyết định cử cán bộ tham dự đào tạo được gửi đến Khoa và các phòng ban để theo dõi, đánh giá việc đào tạo [H7.07.04.07].

Định kỳ giữa năm và cuối năm, người được cử đi học sẽ báo cáo kết quả đào tạo cho Trường để giám sát và có biện pháp kịp thời xử lý. Cán bộ NV được cử đi

học tập nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ có trách nhiệm hoàn thành nhiệm vụ học tập và áp dụng vào công tác hàng năm đều được Trường và Khoa thống kê [H7.07.04.08].

2. Điểm mạnh

Hàng năm, Trường và Khoa Thương mại luôn xác định rõ ràng những nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ cán bộ hỗ trợ.

3. Điểm tồn tại

Trường tổ chức nhiều khóa tập huấn nhưng vẫn còn ít tập huấn về nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ đúng vị trí việc làm cho các cán bộ hỗ trợ.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại và các phòng, ban, TT tiếp tục xác định nhu cầu về đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ NV, trong đó ưu tiên xác định theo vị trí việc làm và tổ chức các khóa tập huấn, học tập nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 7.5. Việc quản trị theo kết quả công việc của nhân viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng

1. Mô tả hiện trạng

Trường đã ban hành Quy định tiêu chuẩn, chế độ làm việc, nghỉ ngơi đối với VC, NLĐ thuộc Trường, trong đó có quy định về khối lượng công việc cụ thể đối với nhân viên: viên chức và người lao động khởi hành chính làm việc theo kế hoạch đăng ký đầu năm học trên cơ sở phân công của Trường đơn vị (theo đúng vị trí việc làm). Thời gian và địa điểm làm việc của viên chức hành chính theo chế độ 40 đến 48 giờ/tuần tùy theo tính chất, mức độ công việc và được quy định cụ thể trong hợp đồng [H7.07.05.01]. Trường quản trị kết quả công việc của NV (gồm cả khen thưởng và công nhận) được xây dựng và triển khai theo chỉ số KPIs (Các chỉ số hiệu suất chính) nhằm đánh giá năng lực đội ngũ (tất cả các nhóm vị trí làm việc) để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động PVECĐ. Trường và Khoa Thương mại đánh giá kết quả hoàn thành tốt công việc của đội ngũ cán bộ hỗ trợ theo Quy định đánh giá xếp loại thi đua hàng tháng đối với VC, NLĐ thuộc Trường; Quy định tiêu chuẩn, chế độ làm việc, nghỉ ngơi đối với VC, NLĐ thuộc Trường; Quy chế thi đua khen thưởng [H7.07.05.01]. Việc theo dõi và đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ NV được thực hiện nghiêm túc thông qua trường các đơn vị và bộ phận thanh tra theo các hệ thống các văn bản liên quan đến trách nhiệm, khuyến khích, đánh giá, khen thưởng... đối với NV.

Việc đánh giá thi đua khen thưởng cuối năm được thực hiện theo trình tự từ thấp lên cao, Khoa Thương mại và các phòng ban thực hiện đánh giá thi đua của NV ở cấp đơn vị trước khi đưa lên Hội đồng thi đua cấp Trường đánh giá theo quy định.

Vào cuối mỗi năm học, Khoa sẽ họp để đánh giá toàn bộ nhân sự của Khoa quản lý. Thông qua bảng đánh giá kết quả công việc của từng cá nhân [H7.07.03.02], Hội đồng thi đua cấp Khoa và Ban chủ nhiệm Khoa sẽ có những đánh giá và nhận xét về từng cá nhân đó. Những sự đóng góp của đội ngũ cán bộ hỗ trợ của Khoa Thương mại luôn được sự công nhận của Khoa và Trường [H7.07.05.03].

Các cán bộ NV hằng năm đều đạt danh hiệu: Lao động tiên tiến, Chiến sỹ thi đua cấp cơ sở. Sự khen thưởng này là những ghi nhận của Khoa và Trường đối với đóng góp của cán bộ hỗ trợ. Ngoài danh hiệu thi đua khen thưởng thì những cán bộ hỗ trợ có kết quả làm việc tốt đáp ứng các tiêu chuẩn trong thông báo của Trường sẽ được xét nâng bậc lương trước thời hạn theo đúng quy định [H7.07.05.04].

Mỗi nhân viên, cán bộ hỗ trợ đều thực hiện công việc theo bảng mô tả vị trí công việc và các nhiệm vụ này được thể hiện qua kế hoạch năm học, kế hoạch tháng của đơn vị [H7.07.05.05].

Trước khi ban hành các Quy định đánh giá, xếp loại thi đua, đánh giá hiệu quả công việc,... Trường luôn tiến hành lấy ý kiến đóng góp của toàn thể các đơn vị, cá nhân trong toàn Trường [H7.07.05.06].

Trong giai đoạn 2021 – 2025, NV hài lòng về việc quản trị theo kết quả công việc đặc biệt là việc thi đua khen thưởng và công nhận của Trường và các cấp có thẩm quyền [H7.07.05.07]. Không có trường hợp nào khiếu nại về kết quả đánh giá hoặc xét thi đua khen thưởng. Hơn nữa, sự công nhận và khen thưởng hằng năm được triển khai chính là động lực cho cán bộ hỗ trợ tích cực hơn trong công tác [H7.07.05.08].

2. Điểm mạnh

Trường có quy định về khối lượng công việc cụ thể đối với nhân viên, có triển khai việc theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên. Khoa có sự phân công công việc cụ thể, rõ ràng cho đội ngũ cán bộ, hỗ trợ cũng như có cơ chế giám sát hiệu quả thực hiện công việc chặt chẽ

3. Điểm tồn tại

Nội dung công việc hàng tuần của đội ngũ nhân viên chưa cụ thể nên gây khó khăn trong việc giám sát. Chưa có báo cáo công việc hàng tuần để nâng cao hiệu quả quản lý.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường và Khoa đưa ra các yêu cầu cụ thể hơn để nội dung công tác hàng

tuần của đội ngũ nhân viên rõ ràng và chi tiết hơn, thuận lợi cho công tác giám sát, quản lý.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về Tiêu chuẩn 7

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Đội ngũ cán bộ hỗ trợ đảm bảo về số lượng, có năng lực chuyên môn phù hợp với nhiệm vụ công việc. Việc đánh giá hiệu quả thực hiện công việc cũng như chế độ khen thưởng cho đội ngũ NV được thực hiện dân chủ, công bằng, tạo động lực và kích thích tinh thần làm việc trong NV.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Cán bộ hỗ trợ NH Khoa Thương mại thực hiện khối lượng công việc lớn. Văn bản quy định nhìn chung tương đối chung chung, chưa lượng hóa cụ thể về các chức danh, cán bộ được luân chuyển. Việc đánh giá chất lượng luân chuyển đối với đội ngũ cán bộ còn một số điểm hạn chế, chưa tổ chức khảo sát ý kiến của các BLQ về các tiêu chí tuyển dụng, bổ nhiệm và điều chuyển NV.

Trường tổ chức nhiều khóa tập huấn nhưng vẫn còn ít tập huấn về nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ đúng vị trí việc làm cho các cán bộ hỗ trợ.

Nội dung công việc hàng tuần của đội ngũ nhân viên chưa cụ thể nên gây khó khăn trong việc giám sát. Chưa có báo cáo công việc hàng tuần để nâng cao hiệu quả quản lý.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 7:

Có 5/5 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5,00; Số tiêu chí đạt: 5, tỷ lệ số tiêu chí đạt 100%.

Tiêu chuẩn 8. Chất lượng người học và hoạt động hỗ trợ người học

Trong những năm học gần đây, Trường đã xây dựng một chính sách tuyển sinh rõ ràng, cụ thể: Một là, phương pháp xét tuyển công khai, hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện của NH một cách minh bạch; Hai là, các hoạt động tư vấn và hỗ trợ NH được thực hiện một cách kịp thời, thường xuyên; Ba là, môi trường học tập tích cực, từ đó nâng cao chất lượng NH và hoạt động hỗ trợ NH, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo nói chung.

Tiêu chí 8.1. Chính sách tuyển sinh được xác định rõ ràng, được công bố công khai và được cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Hàng năm, Trường đều ban hành chính sách & quy định về tuyển sinh. Căn cứ vào Quy chế tuyển sinh ĐH của Bộ GD&ĐT, Trường đều có đề án tuyển sinh rõ ràng, đúng với các quy định hiện hành và được cập nhật hằng năm [H8.08.01.01].

Các chính sách tuyển sinh đều được đưa vào Thông báo tuyển sinh hằng năm

với đầy đủ nội dung: Đối tượng; phạm vi tuyển sinh; phương thức tuyển sinh; chỉ tiêu tuyển sinh; ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào; đăng ký nhận hồ sơ đăng ký xét tuyển; thời gian; hình thức nhận hồ sơ; chính sách ưu tiên; lệ phí xét tuyển, thi tuyển & các thông tin khác... Các chính sách và quy định tuyển sinh trên đều được công bố công khai trên chuyên trang tuyển sinh của Trường [H8.08.01.02], cẩm nang tuyển sinh [H8.08.01.03].

Với chính sách tuyển sinh rõ ràng của Trường đều có các thống kê số lượng NH trúng tuyển hàng năm của tất cả các ngành học trong Trường [H8.08.01.04].

Với chính sách tuyển sinh như trên, trong 5 năm qua, khoa Thương mại đã có số lượng thí sinh được tuyển và số lượng NH theo học như trong bảng 8.1 [H8.08.01.04]:

Bảng 8.1. Thống kê tổng số người đăng ký dự tuyển vào ngành Marketing, số NH trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây

	Số thí sinh đăng ký	Số trúng tuyển	Tỷ lệ cạnh tranh	Số nhập học thực tế	Điểm tuyển đầu vào/thang điểm
2021-2022	2816	787	56.32	60	24
2022-2023	6147	448	27.94	226	24
2023-2024	3380	741	12.5	274	22.5
024-2025	9579	504	31.4	313	24.5

Đồng thời, Khoa cũng phân tích dự báo nhu cầu nhân lực thông qua việc tổ chức các hội thảo, buổi tọa đàm với NTD để dự báo nhu cầu nhân lực từng năm [H8.08.01.05]. Ngoài ra, Trường cũng tiến hành khảo sát cựu NH để xem tỷ lệ đáp ứng nhu cầu xã hội từ đó phân tích tình hình nhu cầu tuyển sinh của Trường [H8.08.01.06].

Các chính sách tuyển sinh của Trường đều dựa vào các quy định của Bộ GD&ĐT, được cập nhật hàng năm, có sự góp ý của các BLQ trong phiên họp Hội đồng tuyển sinh thông qua đề án và tổng kết công tác tuyển sinh các năm [H8.08.01.07].

2. Điểm mạnh

Chính sách tuyển sinh của Trường và ngành Marketing được xác định rõ ràng. Trường sử dụng nhiều phương tiện thông tin để công bố công khai chính sách tuyển sinh, có cổng tư vấn tuyển sinh trực tuyến giúp cho thí sinh dễ dàng tiếp cận thông tin và thuận lợi trong việc lựa chọn chuyên ngành đào tạo phù hợp.

3. Điểm tồn tại

Các hình thức công bố thông tin tuyển sinh chủ yếu của Trường bao gồm báo mạng, website khó có thể tiếp cận đến những học sinh vùng sâu, vùng xa. Bên cạnh

đó, các hình ảnh và thông tin về Trường và ngành đào tạo chưa hấp dẫn và chi tiết.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường tiếp tục sử dụng đa dạng các phương tiện thông tin nhằm phổ biến rộng rãi chính sách tuyển sinh, đồng thời đẩy mạnh công tác tư vấn tuyển sinh ở các địa phương xa xôi bằng các hình thức phù hợp với đối tượng. Khoa Thương mại sẽ thay đổi và bổ sung hình ảnh và thông tin về ngành đào tạo trong các thông tin tuyển sinh, nhằm quảng bá thu hút các thí sinh đăng ký dự tuyển vào ngành Marketing.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 8.2. Tiêu chí và phương pháp tuyển chọn người học được xác định rõ ràng và được đánh giá.

1. Mô tả hiện trạng

Trường ĐH CT TP.HCM thực hiện chính sách tuyển sinh, tổ chức xét tuyển NH theo quy chế tuyển sinh ĐH hàng năm của Bộ GD&ĐT [H8.08.02.01].

Các tiêu chí và phương pháp tuyển sinh được xác định rõ ràng và được kiểm tra, đánh giá hàng năm để tuyển chọn được NH có được năng lực phù hợp với ngành nghề đào tạo. Quá trình xây dựng tiêu chí và phương pháp tuyển chọn người học được tuân thủ theo đề án tuyển sinh và kế hoạch tuyển sinh hàng năm của Trường [H8.08.02.02], [H8.08.02.03].

Từ năm 2014 về trước, phương thức tuyển sinh của Trường là dựa vào kết quả thi tuyển đại học theo khối ngành của thí sinh. Hiện nay, Trường thực hiện tuyển sinh theo 4 phương thức như sau: xét tuyển thí sinh theo kết quả điểm thi tốt nghiệp THPT theo các tổ hợp môn xét tuyển từng ngành học; xét tuyển học bạ THPT các năm; xét tuyển thí sinh theo kết quả điểm bài thi đánh giá năng lực ĐH Quốc gia TP.HCM, xét tuyển thẳng theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ GD&ĐT và xét học bạ lớp 10, lớp 11 và học kỳ 1 lớp 12. Trong mỗi phương thức sẽ xét theo các tiêu chí cụ thể được quy định tại Mục 2 trong đề án tuyển sinh hàng năm [H8.08.01.02]. Các tổ hợp môn xét tuyển các ngành đại học tại Trường được cụ chi tiết hóa và công khai để cho các thí sinh được biết và lựa chọn tổ hợp môn xét tuyển. Các dữ liệu về số lượng tuyển sinh và điểm chuẩn xét tuyển hàng năm cũng được Trường cập nhật trên website trường [H8.08.02.04].

Qua các hoạt động tuyển sinh thực tế, để đảm bảo chất lượng, Khoa đã chủ động đề xuất với hội đồng tuyển sinh của Trường trong các cuộc họp, nhằm góp phần giúp ngành Marketing nâng cao chất lượng và số lượng như [H8.08.02.05].

Sau mỗi đợt tuyển sinh, Hội đồng tuyển sinh Trường có những buổi họp để báo cáo tổng kết tuyển sinh hàng năm, từ đó đề ra các giải pháp tuyển sinh tốt hơn trong các năm tiếp theo [H8.08.02.06]. Bên cạnh đó, Trường cũng đã tổ chức lấy ý

kiến các BLQ để làm cơ sở điều chỉnh các tiêu chí và phương pháp tuyển chọn NH được phù hợp hơn đối với từng ngành [H8.08.02.07].

2. Điểm mạnh

Trường đặc biệt chú trọng việc xác định các tiêu chí và phương pháp tuyển chọn NH. Các tiêu chí và phương pháp tuyển sinh NH của Trường và của ngành Marketing được xác định rõ ràng, công khai và cập hàng năm theo đúng quy định của Bộ GD&ĐT.

3. Điểm tồn tại

Việc rà soát các tiêu chí tuyển sinh cho ngành Marketing chưa được Khoa thực hiện hàng năm. Việc lấy ý kiến các BLQ đối với việc xây dựng tiêu chí và phương pháp tuyển chọn NH của ngành chưa được thực hiện thường xuyên.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời khi Trường có yêu cầu lấy ý kiến các BLQ để cập nhật tiêu chí và phương pháp tuyển sinh thì Khoa Thương mại sẽ chủ động tham gia vận động các BLQ cho ý kiến về tiêu chí và phương pháp tuyển sinh của ngành Marketing.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 8.3. Có hệ thống giám sát phù hợp về sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập của người học.

1. Mô tả hiện trạng

Hoạt động giám sát sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện đối với NH có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo và cải tiến chất lượng học tập và thái độ của NH. Hệ thống giám sát hoạt động học tập và rèn luyện của NH của Trường được cụ thể hóa bằng các quy định, kế hoạch tiến độ đào tạo, phần mềm Egov và hoạt động giáo vụ, CVHT của Khoa. Từ năm 2013 đến nay trường ĐH CT TPHCM đã thực hiện đào tạo theo hệ thống tín chỉ [H8.08.03.01]. Các quy định về khối lượng học tập của NH được quy định rõ ràng theo từng học kỳ trong CTĐT của Khoa [H8.08.03.02], sổ tay NH hàng năm [H8.08.03.03]. Trường đã ban hành các quy định về kiểm tra, thi để các Khoa triển khai đến NH từ đó giúp NH chủ động hơn trong học tập [H8.08.03.04].

Để đảm bảo tiến độ học tập của NH, hàng năm Trường ban hành kế hoạch tiến độ đào tạo, trong đó quy định cụ thể thời gian biểu cho các khóa đào tạo đang học tại Trường [H8.08.03.05]. Trên cơ sở đó, Khoa cùng với phòng Đào tạo triển khai lịch học cho NH trong mỗi kỳ theo đúng kế hoạch đào tạo thông qua hệ thống quản lý giáo dục Egov và cổng thông tin NH [H8.08.03.06]. Thông qua hệ thống phần mềm này, giáo vụ và CVHT Khoa dễ dàng theo dõi tiến độ học tập của NH. Qua đó, Khoa cũng kịp thời nhắc nhở NH có kết quả học tập và rèn luyện yếu kém

thông qua các thông báo về cảnh báo học vụ hàng năm [H8.08.03.07].

Đối với hoạt động rèn luyện NH, Trường cũng ban hành các quy định về đánh giá rèn luyện của NH giúp NH phát triển toàn diện hơn [H8.08.03.08]. Hoạt động tham gia phong trào của NH được CVHT, P.CTSV&TTGD giám sát thông qua hình thức đăng ký và ký tên xác nhận để có cơ sở cộng điểm rèn luyện cho NH [H8.08.03.09]. Qua đây, Khoa cũng kịp thời nhắc nhở các NH không hoặc ít tham gia hoạt động tích cực tham gia phong trào hơn để phát triển kỹ năng cũng như đạt được yêu cầu điểm rèn luyện theo quy định Trường.

Các dữ liệu về kết quả học tập và rèn luyện của NH được phân quyền đến Khoa và cập nhật thường xuyên từ đó giúp kịp thời đánh giá cũng như hỗ trợ NH tiến bộ hơn trong học tập cũng như hoạt động rèn luyện [H8.08.03.10]. Để tạo động lực và hỗ trợ NH, Trường có chính sách khen thưởng, học bổng khuyến khích học tập cho NH có điểm học tập và rèn luyện giỏi [H8.08.03.11], [H8.08.03.12].

Hàng năm, Trường tổ chức các buổi đối thoại với NH để lấy ý kiến của NH về sự phù hợp của chương trình học tập, quá trình thi, kiểm tra và đánh giá kết quả học tập, các hoạt động rèn luyện, các hệ thống giám sát học tập, các chính sách hỗ trợ NH... từ đó làm cơ sở đánh giá hiệu quả của hệ thống giám sát sự tiến bộ của NH trong học tập và rèn luyện để có những điều chỉnh kịp thời và phù hợp hơn [H8.08.03.13].

2. Điểm mạnh

Trường có quy định rõ ràng, chi tiết về học tập và rèn luyện của NH và quy chế về CVHT. Ngoài ra, Trường sử dụng hệ thống phần mềm quản lý đào tạo hỗ trợ hiệu quả việc giám sát kết quả học tập của NH.

3. Điểm tồn tại

Khoa chưa có phân công cụ thể việc xây dựng cơ sở dữ liệu đầy đủ để theo dõi tỷ lệ chậm tiến độ, thôi học của NH mà chủ yếu dựa vào dữ liệu của phòng Đào tạo.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa sẽ phân công cụ thể việc tổng hợp và báo cáo dữ liệu về KQHT và rèn luyện của người học theo từng học kỳ từ dữ liệu theo dõi của các GV CVHT, để từ đó có những biện pháp hỗ trợ kịp thời cho NH cải thiện KQHT và rèn luyện.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 8.4. Có các hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để giúp cải thiện việc học tập và khả năng có việc làm của người học.

1. Mô tả hiện trạng

Trường cùng Khoa Thương mại luôn chú trọng đến các hoạt động tư vấn học

tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác nhằm giúp NH cải thiện việc học tập, rèn luyện và khả năng có việc làm. Điều đó thể hiện ở việc Trường có những đơn vị chức năng thực hiện các hoạt động này như: P.CTSV, TT ĐMST&KN, Đoàn TN, Hội SV, các câu lạc bộ của Trường và Khoa. Năm 2017, TT Dịch vụ đào tạo và hỗ trợ NH của Trường được thành lập trên cơ sở tách ra từ TT Tuyển sinh và Dịch vụ đào tạo, với những chức năng quan trọng là tư vấn, hỗ trợ NH về học thuật, tham quan, thực tập, giới thiệu việc làm, xuất khẩu lao động, tìm kiếm học bổng, hợp tác với các cơ quan, doanh nghiệp trong các hoạt động liên kết đào tạo, hỗ trợ NH. Năm 2023, Trường thành lập TT ĐMST&KN có chức năng hỗ trợ sinh viên trong các lĩnh vực, hoạt động: việc làm, học tập, phát triển kỹ năng, tư vấn, định hướng nghề nghiệp... [H8.08.04.01], [H8.08.04.02], [H8.08.04.03]. Trường cũng quy định rõ về công tác CVHT trong việc tư vấn cho NH đăng ký tín chỉ; quản lý, tư vấn và hỗ trợ NH trong các hoạt động học tập, rèn luyện [H8.08.04.04]. Từ khi NH bắt đầu nhập học tại Trường và trong suốt quá trình học tập, Trường và Khoa tổ chức phổ biến nội quy, quy chế, phương pháp học tập cho NH thông qua các phương tiện khác nhau: Sổ tay NH [H8.08.04.05], Cổng thông tin điện tử hỗ trợ NH [H8.08.04.06], tuần sinh hoạt công dân đầu khóa, giữa khóa, cuối khóa, buổi gặp gỡ tân sinh viên [H8.08.04.07], [H8.08.04.08]. Vào mỗi buổi sinh hoạt lớp, các buổi trực tại văn phòng khoa, trên các trang mạng xã hội, qua điện thoại, zalo... các GV CVHT sẽ trao đổi, tư vấn, hỗ trợ cho NH các vấn đề về học tập, rèn luyện và các hoạt động khác [H8.08.04.09]. Ngoài ra, Trường và Khoa cũng phối hợp, liên kết với các doanh nghiệp, các cơ sở giáo dục khác trong việc hỗ trợ đào tạo, thực hành, kiến tập, thực tập và tuyển dụng NH [H8.08.04.10].

Về NCKH, thực tập, kiến tập và thực hiện khoá luận/đồ án tốt nghiệp, Trường và Khoa luôn tạo mọi điều kiện tốt nhất cho NH: thông báo cụ thể, cung cấp đầy đủ các quy định, kế hoạch lên website của Trường và Khoa, qua GV CVHT, đồng thời phân công GV có kinh nghiệm hướng dẫn, hỗ trợ NH NCKH [H8.08.04.11].

Để nâng cao khả năng có việc làm của NH, Trường tổ chức chương trình huấn luyện kỹ năng mềm cho NH trong toàn Trường, thông tin được thông báo rộng rãi tại Cổng thông tin điện tử hỗ trợ NH và các phương tiện khác [H8.08.04.12]. Hàng năm, Trường tổ chức ngày hội việc làm thu hút đông đảo NH tham gia. Đồng thời cũng thường xuyên đăng tải các thông tin về việc làm qua website, facebook..., giúp NH tiếp cận với các cơ hội việc làm một cách tốt nhất [H8.08.04.13], [H8.08.04.15]. Để nâng cao tay nghề, giúp NH có cơ hội hiểu biết thêm về ngành nghề qua kiến thức thực tế, Trường và Khoa tổ chức các hoạt động học thuật, chương trình giao lưu, kết nối doanh nghiệp [H8.08.04.14]. Ngoài ra, nhằm giúp NH không những cải thiện việc học tập mà còn trau dồi các kỹ năng mềm, tăng khả năng có việc làm sau

khi tốt nghiệp, Trường và Khoa luôn chỉ đạo tổ chức các hoạt động ngoại khóa, các hoạt động phong trào, các câu lạc bộ cho NH tham gia, từ đó tạo ra những sân chơi lành mạnh, bổ ích cho NH, tạo động lực để NH học tập tốt hơn [H8.08.04.16].

Hàng năm, để kiểm tra và đánh giá hiệu quả của các công tác hỗ trợ NH, TT.QLCL tổ chức khảo sát sự hài lòng của NH với các dịch vụ hỗ trợ và chất lượng phục vụ của Trường [H8.08.04.17]. Đồng thời lấy ý kiến trực tiếp thông qua các buổi đối thoại NH cấp trường với Hiệu trưởng, khoa và các đơn vị hỗ trợ [H8.08.04.18], từ đó ghi nhận những điểm mạnh, phát hiện những tồn tại hoặc yêu cầu mới nhằm cải tiến, nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác hỗ trợ NH.

Kết quả khảo sát về cơ sở vật chất và dịch vụ hỗ trợ năm học 2023 – 2024 cho thấy, mức độ hài lòng chung đối với hoạt động tư vấn việc làm của người học là 77,81% [H8.08.04.17].

2. Điểm mạnh

Trường, Khoa đã có nhiều hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua, hỗ trợ NH tìm hiểu về việc làm khi tốt nghiệp, tư vấn hỗ trợ học tập giúp NH nâng cao thành tích học tập và cơ hội tìm kiếm việc làm khi ra trường.

3. Điểm tồn tại

Giai đoạn 2019 – 2022, do tình hình hình dịch bệnh kéo dài, một số hoạt động ngoại khóa như tham quan địa chỉ đỏ, tình nguyện mùa hè xanh... không thể thực hiện được. Tư vấn hoạt động NCKH cho NH chưa được quan tâm đúng mức.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường và khoa Thương mại tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa các dịch vụ hỗ trợ NH. Tổ chức nhiều hoạt động ngoại khóa, hoạt động phong trào, các cuộc thi... nhằm bồi dưỡng, nâng cao các kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp cho NH. Hằng năm, khoa sẽ xây dựng các định hướng NCKH thiết thực; chỉ đạo các Bộ môn tổ chức các hoạt động, các cuộc thi tìm hiểu, NCKH để thu hút sự quan tâm và tham gia của NH vào hoạt động NCKH.

5. Tự đánh giá: Đạt 5/7 điểm

Tiêu chí 8.5. Môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan tạo thuận lợi cho hoạt động đào tạo, nghiên cứu và sự thoải mái cho cá nhân người học.

1. Mô tả hiện trạng

Trong những năm qua, Trường ĐH CT TP.HCM với mục tiêu xây dựng một môi trường văn hóa đặc trưng, lành mạnh thông qua Quy định về văn hóa và quan hệ công sở cho GV, NV và NH; có các bảng biểu về quy tắc ứng xử cụ thể, rõ ràng [H8.08.05.01], [H8.08.05.02]. Trường duy trì tổ chức hoạt động đảm bảo an toàn vệ sinh trong trường, phòng cháy, chữa cháy, an toàn vệ sinh thực phẩm [H8.08.05.03],

[H8.08.05.04]. Trường tổ chức khám sức khỏe cho NH mới nhập học, giữa khóa và cuối khóa để NH và gia đình yên tâm về sức khỏe, ổn định tâm lý khi học tập tại Trường [H8.08.05.05].

Với mục tiêu xây dựng Trường trở thành một trong những ngôi trường ĐH có chất lượng và uy tín hàng đầu trong nước cũng như khu vực, Trường không ngừng cải tạo và nâng cấp CSVC hiện đại, phù hợp và kịp thời để phục vụ tốt cho công tác giảng dạy và NCKH của GV và NH [H8.08.05.06], [H8.08.05.07]. Cơ sở chính tại 140 Lê Trọng Tấn với phòng học thoáng mát, trang bị đầy đủ máy lạnh, máy chiếu; các phòng ban được sửa chữa lại hiện đại và bố trí khoa học, tạo cảm giác thoải mái và thân thiện cho NH khi đến liên hệ. Trường cũng đã có sân thể thao đa năng giúp tạo nhiều sân chơi cho cả GV và NH; Trung tâm Thông tin Thư viện cũng được xây dựng lại khang trang và đầy đủ không gian cũng như các tài liệu học tập tạo thuận lợi cho NH [H8.08.05.08], [H8.08.05.09]. Trung tâm Thí nghiệm thực hành tại Tân Kỳ Tân Quý, Trung tâm CNTT, ... được trang bị đầy đủ hệ thống thiết bị cùng với đội ngũ NV có kinh nghiệm có thể hỗ trợ tốt nhất hoạt động học tập và NCKH của NH [H8.08.05.10]. Bên cạnh đó, Trường cũng có sân bãi đủ lớn cùng với Hội trường hiện đại, nhằm hỗ trợ tốt nhất cho các hoạt động văn – thể – mỹ cũng như tổ chức cuộc thi học thuật bổ ích lành mạnh, giúp rèn luyện thể lực cho NH, tăng cường tinh thần giao lưu, đoàn kết, chia sẻ kinh nghiệm trong cộng đồng NH [H8.08.05.11].

Các GV CVHT và bộ phận hỗ trợ NH đóng vai trò là bộ phận tư vấn hỗ trợ tâm lý cho NH khi NH có những vấn đề thắc mắc cần giải đáp. Trường cũng tổ chức lấy ý kiến phản hồi trực tiếp của NH về môi trường tâm lý, xã hội, cảnh quan qua các buổi sinh hoạt đối thoại NH, các buổi sinh hoạt lớp [H8.08.05.12]. Ngoài ra, Trường cũng tiến hành khảo sát, lấy ý kiến NH, GV về môi trường, cảnh quan học tập, làm việc, nhằm phát hiện những tồn tại để có giải pháp khắc phục, tạo điều kiện tốt nhất cho NH, GV phát huy năng lực của mình [H8.08.05.13].

2. Điểm mạnh

Trường thường xuyên cải tạo CSVC, cải thiện môi trường cảnh quan, đồng thời có những quy định và các bộ phận chức năng duy trì môi trường văn hóa trong học đường, tạo tâm lý ổn định, an toàn và thoải mái cho NH. Phòng học được trang bị hiện đại, mát mẻ, cách âm và sự ân cần nhiệt tình hướng dẫn của đội ngũ hỗ trợ giúp cải thiện việc học tập và khả năng làm việc của NH.

3. Điểm tồn tại

CSVC còn thiếu đồng bộ, không gian để NH tổ chức sinh hoạt ngoại khóa còn hạn chế.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh,

đồng thời Trường tiếp tục đầu tư CSVC kĩ thuật, trang thiết bị đồng bộ phục vụ việc giảng dạy và học tập. Thực hiện kế hoạch xây dựng/cải tạo để tăng không gian cho NH thực hiện các hoạt động ngoại khóa.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về tiêu chuẩn 8:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Chính sách tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn NH được công bố công khai, cập nhật thường xuyên và thực hiện đúng theo qui chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT. Từ khi nhập học đến khi kết thúc quá trình học tập, NH luôn được tư vấn, hỗ trợ kịp thời để giải quyết những khó khăn gặp phải, hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện đã được xây dựng và công bố công khai, khối lượng học tập được phân bổ đồng đều giữa các năm giúp NH không bị quá tải ở một học kì. Trường cấp học bổng khuyến khích học tập cho những NH có thành tích học tập và rèn luyện đạt tiêu chuẩn quy định của Trường nhằm khuyến khích người học nâng cao KQHT và tích cực tham gia NCKH. Trường chú trọng xây dựng môi trường tâm lý xã hội tích cực, cảnh quan xung quanh xanh, sạch, đẹp để phát huy sự sáng tạo và sự thoải mái trong tâm trí NH.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Trường và Khoa chưa cập nhật được đầy đủ và chi tiết nguồn nguồn nhân lực cũng như chính sách thu hút thí sinh giỏi và hỗ trợ thí sinh có hoàn cảnh khó khăn... Hoạt động tuyển sinh của Khoa chưa được đẩy mạnh, chưa có bộ phận chuyên trách về hoạt động tuyển sinh nên việc sử dụng đa dạng các phương tiện thông tin, cũng như việc xây dựng các phương pháp tuyển chọn NH của Khoa chưa đạt hiệu quả cao như kỳ vọng. Hoạt động tư vấn NH tham gia NCKH của Khoa còn hạn chế nên số lượng NH tham gia NCKH của Khoa khiêm tốn.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 8:

Có 5/5 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5,00; Số tiêu chí đạt: 5. Tỷ lệ số tiêu chí đạt 100%.

Tiêu chuẩn 9: Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Từ khi thành lập khoa Thương mại, Trường luôn đảm bảo các điều kiện về CSVC, trang thiết bị, hạ tầng CNTT như: phòng làm việc, phòng học, phòng đọc, phòng thực hành, hệ thống tài liệu ngành Marketing phục vụ cho hoạt động đào tạo, giảng dạy và NCKH của GV và học tập, rèn luyện, NCKH của NH trong Khoa với mục tiêu đề ra là đào tạo lực lượng lao động có trình độ chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp phù hợp với nhu cầu xã hội, trở thành một trong những Khoa dẫn đầu Trường về chất lượng đào tạo và tổ chức quản lý. Ngoài việc kịp thời đáp ứng đầy đủ yêu cầu hoạt động giảng dạy, học tập và NCKH, Trường và khoa Thương mại đang chung

tay xây dựng một môi trường giáo dục an toàn, lành mạnh và thân thiện.

Tiêu chí: 9.1. Có hệ thống phòng làm việc, phòng học và các phòng chức năng với các trang thiết bị phù hợp để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Hiện nay, Trường có các cơ sở đào tạo được đầu tư khang trang, hiện đại, đáp ứng điều kiện của một cơ sở giáo dục ĐH. Cơ sở số 1 là trụ sở chính địa chỉ: 140 Lê Trọng Tấn, P.Tây Thạnh, Q.Tân Phú. Cơ sở 2 là Trung tâm Thí nghiệm Thực hành địa chỉ: 93 Tân Kỳ Tân Quý, P.Tân Sơn Nhì, Q.Tân Phú. Cơ sở 3 có diện tích gần 1,6 ha đang trong giai đoạn thiết kế xây dựng, hiện nay đang được sử dụng cho các hoạt động dạy học các môn giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng an ninh địa chỉ: 73/1 Nguyễn Đỗ Cung, P.Tây Thạnh, Q.Tân Phú. Cơ sở 4 là Trung tâm Giáo dục Phổ thông địa chỉ: 247 Tân Kỳ Tân Quý, P.Tân Sơn Nhì, Q.Tân Phú và xưởng thực hành bia địa chỉ: 337 Tân Kỳ Tân Quý, P.Tân Quý, Q.Tân Phú. Cơ sở 5 là cơ sở thực hành cơ khí, điện - điện tử, dinh dưỡng và ẩm thực địa chỉ: 31 Chế Lan Viên, P.15, Q.Tân Phú. Cơ sở 6 là Trung tâm Ký túc xá địa chỉ: 102-104-106 Nguyễn Quý Anh, P.Tân Sơn Nhì, Q.Tân Phú [H9.09.01.01]. Khoa Thương mại đào tạo ngành Marketing có hệ thống phòng làm việc với các trang thiết bị phù hợp để hỗ trợ hoạt động đào tạo và NCKH [H9.09.01.02]. Trường đã bố trí phòng làm việc Khoa Thương mại tại Cơ sở số 1 là trụ sở chính địa chỉ: 140 Lê Trọng Tấn, P.Tây Thạnh, Q.Tân Phú và được trang bị máy tính, máy in, tủ đựng tài liệu và các trang thiết bị, đảm bảo về điều kiện ánh sáng, âm thanh, nhiệt độ phù hợp, có điều hòa không khí và kết nối internet. Các buổi hội thảo, hội họp toàn Khoa thì Khoa sử dụng các phòng họp ở tầng 3 tòa nhà C tại cơ sở 1 [H9.09.01.03].

NH khoa Thương mại được học tập tại cơ sở 1 đầu tư khang trang, đầy đủ tiện nghi, có những không gian học tập mở và phát triển kỹ năng toàn diện cho NH. Việc bố trí các lớp học của khoa Thương mại do phòng Đào tạo sắp xếp đảm bảo phòng học phù hợp với sĩ số lớp. Kế hoạch đào tạo từng học kỳ đều được triển khai đầy đủ trong thời khóa biểu như: số tiết, phòng học, số NH trong phòng theo đúng quy định. Các phòng học lý thuyết và thực hành đều trang bị máy chiếu, máy lạnh, màn chiếu, hệ thống âm thanh đạt yêu cầu, có kết nối internet để thuận tiện trong công tác giảng dạy [H9.09.01.04].

Hằng năm, Trường đều có kế hoạch dự toán và dành một phần kinh phí hoạt động phục vụ cho công tác xây dựng, nâng cấp, sửa chữa CSVN ngày càng tốt hơn nhằm đáp ứng nhu cầu đào tạo lý thuyết và thực hành của Trường [H9.09.01.05].

Với phương châm lấy người học làm trung tâm, Trường rất chú trọng việc phục vụ cho NH. Những năm qua, Trường và khoa Thương mại thường xuyên phối

hợp với các phòng ban chức năng trong trường tổ chức hội nghị đối thoại với NH cũng như lấy ý kiến phản hồi của NH về CSVC và trang thiết bị [H9.09.01.06]. Kết quả thu được từ các hội nghị đối thoại và khảo sát này là cơ sở để Khoa và Trường đầu tư mạnh mẽ hơn vào việc nâng cấp, cải thiện cơ sở vật chất để phục vụ NH ngày càng tốt hơn.

2. Điểm mạnh

Phòng làm việc và các phòng học được trang bị các trang thiết bị phù hợp với yêu cầu của việc nghiên cứu, giảng dạy và học tập. Trường đã có đủ số phòng học, giảng đường, phòng chức năng để phục vụ cho hoạt động đào tạo và nghiên cứu. Trường đã đẩy mạnh đầu tư, cải thiện chất lượng phòng học trong 3 năm gần đây. Tất cả các giảng đường, phòng học, phòng làm việc tại tòa nhà B, D, A, F và C được trang bị máy lạnh và các thiết bị dạy học hiện đại.

3. Điểm tồn tại

Diện tích văn phòng Khoa còn khá khiêm tốn, chưa hỗ trợ tốt nhu cầu tổ chức các hoạt động sinh hoạt chuyên môn tại Khoa.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường sẽ tăng cường đầu tư CSVC để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu NH, đẩy nhanh tiến độ xây dựng Cơ sở 3 để đưa vào sử dụng.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7).

Tiêu chí 9.2. Thư viện và các nguồn học liệu phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Khoa Thương mại không có thư viện riêng, Trung tâm Thông tin Thư viện Trường phục vụ chung cho NH toàn trường, chịu trách nhiệm thu thập, khai thác, lưu trữ, cung cấp thông tin tư liệu phục vụ giảng dạy, học tập, đào tạo, NCKH của Trường. Trung tâm Thư viện được thành lập ngày 15 tháng 5 năm 2010 theo Quyết định số 357/QĐ-CNTTP. Theo Quyết định số 3734/QĐ-DCT ngày 29 tháng 12 năm 2017, Trung tâm Thư viện được đổi tên thành Trung tâm Thông tin Thư viện [H9.09.02.01].

Với tổng diện tích sàn sử dụng 1.731m², Trung tâm Thông tin Thư viện hiện tọa lạc tại tòa nhà E. Thư viện có mặt bằng khang trang, tiện nghi, được đầu tư hệ thống trang thiết bị CNTT hiện đại, các phần mềm chuyên dụng, cổng thông tin điện tử, đặc biệt là hệ thống wifi phủ sóng khắp thư viện và khuôn viên trường tạo điều kiện tối đa cho việc học tập, nghiên cứu của bạn đọc. Trung tâm có khả năng đáp ứng được yêu cầu của người đọc với hệ thống phòng đọc được thiết kế với một không gian mở hơn 500 chỗ ngồi.

Thời gian hoạt động của Trung tâm Thông tin Thư viện từ thứ hai tới thứ bảy hàng tuần, từ 6h45 đến 20h30. Điều này tạo thuận lợi cho GV và NH trong việc tiếp cận các nguồn học liệu. Các nguồn học liệu và chỗ ngồi cho độc giả được bố trí khoa học [H9.09.02.02] cùng với các chỉ dẫn, quy định được niêm yết công khai, rõ ràng tại Thư viện tạo thuận lợi cho người đọc trong việc tra cứu các nguồn học liệu cần thiết [H9.09.02.03].

Trung tâm đã ban hành văn bản qui định nội qui sử dụng thư viện, tài liệu hướng dẫn sử dụng thư viện và giới thiệu dịch vụ thông tin thông qua website thư viện. Phần mềm quản lý thư viện đã được đưa vào ứng dụng với phương tiện tự động hóa như thống kê số lượng sách mượn hàng năm, tra cứu tài liệu bằng máy vi tính, thủ tục mượn trả quét mã vạch... Trung tâm Thông tin Thư viện đã tiến hành xây dựng cổng thông tin điện tử tại địa chỉ <http://thuvienso.huit.edu.vn/> nhằm cung cấp thông tin và tài liệu điện tử cho người đọc. Nhằm nâng cao năng lực phục vụ, Thư viện đã đầu tư phần mềm quản lý thư viện Library System 5.0 và DSPACE cũng như mở rộng hợp tác với các tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp bên ngoài [H9.09.02.04].

Danh mục tài liệu tham khảo, sách chuyên khảo, sách giáo trình được cập nhật, bổ sung hàng năm bao gồm các tài liệu tiếng Việt và tiếng nước ngoài cho các chuyên ngành đào tạo nói chung và ngành Marketing nói riêng theo như đề cương của các HP do khoa Thương mại quản lý để đáp ứng nhu cầu học tập, nghiên cứu của bạn đọc. Với các tài liệu ngành Marketing, Thư viện đã cung cấp nguồn học liệu phong phú, đa dạng: giáo trình, sách tham khảo bằng tiếng Việt, sách tham khảo bằng tiếng Anh, luận văn, khóa luận tốt nghiệp, tạp chí chuyên ngành [H9.09.02.05] bao gồm các tài liệu chính và tài liệu tham khảo có trong đề cương thuộc các HP ngành Marketing của khoa Thương mại [H9.09.02.06].

Hàng năm, Trường dành một khoản ngân sách đáng kể để cập nhật, mua sắm tài liệu cho Trung tâm Thông tin Thư viện. Tính riêng năm 2024, Thư viện dự chi 50.818.000 đồng cho kinh phí chi mua tài liệu tham khảo [H9.09.02.07].

Trung tâm Thông tin Thư viện thường xuyên khảo sát lấy ý kiến phản hồi của người đọc về chất lượng phục vụ của Trung tâm. Mức độ hài lòng của NH đối với chất lượng các hoạt động hỗ trợ của Trung tâm Thông tin Thư viện được khảo sát từ năm học 2023 – 2024 đạt trung bình trên 79% [H9.09.02.08].

2. Điểm mạnh

Các HP ngành Marketing đều có tài liệu, bài giảng, giáo trình rất phong phú từ nhiều nguồn khác nhau như giáo trình tham khảo bên ngoài và giáo trình do GV Khoa biên soạn. Điều này đáp ứng cơ bản được nhu cầu học tập, nghiên cứu của NH. Trung tâm Thông tin Thư viện được quản lý bằng phần mềm điện tử và phục vụ tốt nhu cầu người đọc.

3. Điểm tồn tại

Hệ thống giáo trình, sách tham khảo nước ngoài phục vụ chuyên ngành còn hạn chế.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa sẽ đề xuất Thư viện mua thêm một số đầu sách chuyên ngành trong nước và nước ngoài dựa trên ngân quỹ của Khoa và Trường phân bổ để GV và NH trong Khoa có thể tiếp cận nguồn học liệu hiện đại, cập nhật.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7).

Tiêu chí: 9.3. Phòng thí nghiệm, thực hành và trang thiết bị phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Ngày 15/5/2010 Trường ra quyết định số 355/QĐ-DCT thành lập TT.TNTH [H9.09.03.01]. Đến năm 2018 trường đã xây dựng xong hệ thống TT.TNTH cao 8 tầng với diện tích 3085,3 m². Tính đến tháng 6/2024, TT. TNTH hiện có 85 đầu mục thiết bị với tổng số lượng 352 thiết bị [H9.09.03.02] đảm bảo đủ số phòng và các trang thiết bị hiện đại thí nghiệm thực hành phục vụ đào tạo và nghiên cứu, cụ thể có: Sơ đồ thiết kế phòng thí nghiệm, phòng thực hành [H9.09.03.03]; Nội quy của phòng thực hành, thí nghiệm [H9.09.03.04].

Để đảm bảo cho hoạt động giảng dạy và nghiên cứu, hàng năm Trường luôn có kế hoạch sửa chữa, bảo trì bảo dưỡng, hiệu chuẩn và kiểm định trang thiết bị. Đồng thời Trường cũng có kế hoạch bổ sung, mua mới dụng cụ, máy móc, thiết bị hàng năm dựa trên dự trù và đề xuất của các Khoa [H9.09.03.05].

Trong phòng thực hành, thí nghiệm có tài liệu hướng dẫn, quy định của phòng thực hành, thí nghiệm rõ ràng, chính xác, dễ quan sát và thực hiện. Có nội quy riêng của phòng thí nghiệm thực hành [H9.09.03.04]. Để theo dõi tình hình giảng dạy cũng như việc sử dụng, thực trạng trang thiết bị trung tâm TNTH sử dụng Sổ theo dõi/nhật ký sử dụng trang thiết bị; Sổ nhật ký theo dõi tình hình giảng dạy tại các phòng; Sau mỗi buổi học hoặc sử dụng trang thiết bị thí nghiệm, thực hành đều phải ghi sổ nhật ký sử dụng [H9.09.03.06]. Trung tâm TNTH có 17 nhân sự, trong đó có phân công các cán bộ phụ trách phòng, thiết bị riêng [H9.09.03.07].

Để đánh giá mức độ đáp ứng về hoạt động giảng dạy thí nghiệm thực hành hàng năm Trường có tổ chức đối thoại NH [H9.09.03.08]. Để kịp thời cập nhật và sửa chữa các phòng thực hành, thí nghiệm và các trang thiết bị, Trường tiến hành phát phiếu khảo sát ý kiến của NH về phòng thực hành, thí nghiệm và các trang thiết bị ở mỗi học kỳ [H9.09.03.09]. Đây là cơ sở để điều chỉnh và định hướng đầu tư các phòng thực hành, thí nghiệm và các trang thiết bị trong các học kỳ tiếp theo.

2. Điểm mạnh

Nhà trường có Trung tâm TNTH riêng biệt, với diện tích lớn, xây dựng mới, hiện đại, trang thiết bị được đầu tư phù hợp với nhu cầu đào tạo và NCKH của GV và SV.

3. Điểm tồn tại

Các thủ tục mua sắm trang thiết bị và các thủ tục trong quá trình sử dụng, bảo trì còn rườm rà.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời nghiên cứu giảm bớt các thủ tục để GV và NH thuận tiện hơn trong việc sử dụng các trang thiết bị.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 9.4: Hệ thống công nghệ thông tin (bao gồm cả hạ tầng cho học tập trực tuyến) phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Trung tâm CNTT được thành lập theo quyết định số 354/QĐ-DCT ngày 15/4/2010 với đội ngũ cán bộ kỹ thuật của Trung tâm đã qua đào tạo về CNTT, quản trị mạng [H9.09.04.01]. Hoạt động giảng dạy, học tập, nghiên cứu của Trường đã được tin học hóa, Trường đã đầu tư nâng cấp máy chủ, lắp đặt hệ thống wireless phủ sóng toàn bộ khuôn viên Trường, nâng cấp đường kết nối mạng nội bộ (LAN) cho tất cả các máy tính trong toàn Trường với tốc độ đường truyền cao. Trường đã áp dụng phần mềm quản lý đào tạo theo học chế tín chỉ, phần mềm quản lý khảo thí trắc nghiệm, phần mềm hành chính điện tử (Egov) làm phương tiện quản lý và điều hành công việc của Trường [H9.09.04.02]. Tổng số máy tính của Trường là 1.245, trong đó có 1.010 máy tính phục vụ hoạt động đào tạo, NCKH; 235 máy tính phục vụ công tác quản lý. Riêng Khoa Thương mại có 3 máy tính, trong đó có 1 máy tính phục vụ hoạt động đào tạo và NCKH và 2 máy tính phục vụ công tác quản lý của Khoa [H9.09.04.03].

Trường đã triển khai Quy định về việc Quản trị hệ thống CNTT của Trường [H9.09.04.04]. Văn bản này quy định về việc quản lý, vận hành, sử dụng, khai thác các thiết bị tin học, mạng máy tính cục bộ (LAN), mạng diện rộng (WAN), mạng toàn cầu (Internet), hệ thống an ninh mạng, các phần mềm hệ thống, các phần mềm ứng dụng của Trường.

Hệ thống CNTT được sửa chữa, duy tu, bảo dưỡng và cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu. Trung tâm CNTT được giao nhiệm vụ quản lý việc duy tu, bảo trì, bảo dưỡng, cập nhật và sửa chữa các thiết bị CNTT hằng năm của

Trường [H9.09.04.04], [H9.09.04.05]; thường xuyên cải tiến, nâng cấp đảm bảo cho hệ thống CNTT của trường luôn đạt chất lượng tốt, đáp ứng yêu cầu của hoạt động đào tạo và NCKH [H9.09.04.06].

Hàng năm, Trường đều lấy ý kiến phản hồi của NH, GV, NV về mức độ đáp ứng nhu cầu về đào tạo, NCKH về hệ thống CNTT. Kết quả khảo sát: năm học 2023 – 2024 cho thấy, có 78,12% GV và NV hài lòng về các trang thiết bị tin học. Tỷ lệ NH hài lòng về các trang thiết bị tin học phục vụ hoạt động học tập giảm từ 78,61% (năm học 2022 – 2023) lên 78,12% (năm học 2023 – 2024) [H9.09.04.07].

2. Điểm mạnh

Hệ thống mạng và máy tính trong Trường đầy đủ, được đều được cài đặt và cập nhật các phần mềm có bản quyền bảo đảm an toàn dữ liệu và công tác giảng dạy. Đội ngũ kỹ thuật viên có chuyên môn hỗ trợ kịp thời trong việc sử dụng CNTT dạy và học. GV và NH được cung cấp account thư điện tử, truy cập internet tốc độ nhanh.

3. Điểm tồn tại

Hệ thống wifi đôi khi chưa ổn định trong toàn trường.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường nâng cấp hệ thống wifi phủ sóng mạnh trong toàn trường nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng của tất cả NH.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7).

Tiêu chí 9.5. Các tiêu chuẩn về môi trường, sức khỏe, an toàn được xác định và triển khai có lưu ý đến nhu cầu đặc thù của người khuyết tật.

1. Mô tả hiện trạng

Căn cứ vào các văn bản hướng dẫn về môi trường, sức khỏe, an toàn trong cơ sở giáo dục của các Bộ, ngành liên quan như: Nghị định 80/2017/NĐ-CP ngày 17/07/2017 của Chính Phủ quy định về môi trường giáo dục an toàn, lành mạnh, thân thiện, phòng, chống bạo lực học đường; Thông tư 10/2016 của BGD&ĐT về công tác sinh viên [H9.09.05.01]. Nhà trường đã ban hành các văn bản quy định các tiêu chí về môi trường, sức khỏe, an toàn của Trường về: công tác tổ vệ sinh, công tác tổ bảo vệ, công tác tổ giữ xe, nội quy phòng học, nội quy ra vào Trường, sổ tay sinh viên. Hàng năm, Trường triển khai các hoạt động chăm sóc sức khỏe cho NH thông qua chương trình khám sức khỏe cho NH khi nhập học, trong quá trình học tập và khi tốt nghiệp; Trường giao nhiệm vụ về công tác y tế của P.CTCT&TTGD thực hiện đồng bộ trong toàn trường; công tác bảo hiểm y tế, bảo hiểm tai nạn ngay từ khi mới bắt đầu nhập học vào Trường đối với NH. Trường có phòng y tế riêng tại cơ sở 1. Khi VC, NLĐ hay NH bị ốm đau đột xuất hoặc bị tai nạn thì sẽ được đưa đến phòng Y tế của Trường để tiến hành sơ cấp cứu kịp thời. Năm 2021, Trường còn ban hành

Bộ quy tắc ứng xử trên mạng xã hội, điều này cho thấy Trường đã xây dựng một môi trường giáo dục an toàn, lành mạnh, chú trọng đến NH [H9.09.05.02].

Hàng năm, Trường tập huấn về các biện pháp ứng phó khẩn cấp với các tai nạn lao động, cháy nổ, ngộ độc thực phẩm hoặc xử lý các tình huống về môi trường, sức khỏe và an toàn. Để đảm bảo công tác an ninh an toàn, Trường đã xây dựng nội quy phòng thực hành thí nghiệm, kí túc xá, tập huấn phòng cháy chữa cháy phổ biến và công khai đến từng NH. Hàng năm, đối với NH ngoại trú, Trường đều có kế hoạch phối hợp với chủ nhà trọ trong việc gìn giữ an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội. Ban lãnh đạo Trường thường xuyên nhắc nhở toàn thể GV, NV và NH luôn nâng cao tinh thần cảnh giác, không để bị dụ dỗ, lôi kéo vào các hoạt động trái với pháp luật như: Hội Thánh Đức Chúa Trời hay tham gia bán hàng đa cấp. Trường phối hợp với Công ty TNHH TMDV Visacoop tổ chức ngày hội SV ĐH CT TP.HCM với an toàn giao thông, giúp NH hiểu rõ tầm quan trọng trong ý thức tham gia lái xe an toàn, nhằm giảm thiểu tai nạn giao thông liên quan đến NH [H9.09.05.03].

Ngoài ra, Trường luôn chú trọng vệ sinh sạch sẽ khuôn viên, phòng học. Trong sân trường được trồng cây xanh để lấy bóng mát, có khu vực để xe riêng ở tầng hầm tòa nhà A, B, C và cơ sở Dạ Phi Cơ. Năm học 2021 – 2022, Trường đã đưa vào hoạt động nhà xe 05 tầng tại cơ sở chính. Đặc biệt, hiện nay Trường có quan tâm đến nhu cầu đặc thù của người khuyết tật, khi tiến hành cải tạo các khu giảng đường, lắp đặt thang máy có thiết kế lối đi riêng dành cho người khuyết tật tại tòa nhà [H9.09.05.04].

Báo cáo về tiêu chuẩn môi trường, sức khỏe, an toàn của Nhà trường được thực hiện định kỳ [H9.09.05.05] và đồng thời có dữ liệu phản hồi của NH và các BLQ về môi trường, sức khỏe, an toàn [H9.09.05.06]. Kết quả khảo sát về mức độ hài lòng của NH về chăm sóc sức khỏe y tế là: 78.03% và đảm bảo môi trường học tập an toàn, thoải mái là: 78,79% [H9.09.05.07].

2. Điểm mạnh

NH được khám sức khỏe theo quy định y tế học đường và được đảm bảo học tập trong môi trường an toàn trong khuôn viên trường. Trường có Phòng Y tế riêng phục vụ nhu cầu y tế ban đầu đối với NH, GV và NV. Ngoài ra, NH, GV và NV còn tập huấn phòng cháy, chữa cháy giúp có thêm kỹ năng phòng và xử lý sự cố khi không may xảy ra hỏa hoạn.

3. Điểm tồn tại

Diện tích cây xanh, cảnh quan trong trường còn khiêm tốn. Thiết kế CSVC đáp ứng nhu cầu đặc thù của người khuyết tật còn khiêm tốn.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường tiếp tục hoàn thiện cảnh quan trong khuôn viên cơ sở chính và có thêm các

tiện ích đáp ứng CSVC cho người khuyết tật được tốt hơn nữa.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7).

Kết luận về Tiêu chuẩn 9:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Khoa Thương mại Trường quan tâm, hỗ trợ và tạo điều kiện về CSVC, trang thiết bị, tài liệu tham khảo phục vụ cho hoạt động giảng dạy và nghiên cứu. Bên cạnh đó, Khoa cũng nỗ lực trong việc đầu tư hệ thống CSVC, môi trường làm việc và học tập trong Khoa góp phần cải thiện và nâng cao chất lượng đào tạo. Đồng thời, Khoa thường xuyên cập nhật thông tin từ Trường để thông báo cho GV và NH về việc khám sức khỏe định kì theo quy định y tế học đường, đảm bảo điều kiện làm việc, học tập lành mạnh, an toàn trong khuôn viên Trường.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

CSVC, trang thiết bị vẫn còn một số tồn tại như: Thiết bị phục vụ chuyên ngành chưa nhiều, mạng wifi chưa đủ mạnh, việc trang bị CSVC cho người khuyết tật chưa được chú trọng.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 9:

Có 5/5 tiêu chí đạt điểm 5, Mức trung bình: 5 ; Số tiêu chí đạt: 5; Tỷ lệ số tiêu chí đạt 100 %.

Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Với xu thế hội nhập, đòi hỏi của xã hội về năng lực chất lượng cao của nguồn lao động nên Khoa Thương mại rất ý thức và chú trọng đến việc nâng cao chất lượng đào tạo. Chính vì vậy, Khoa rất quan tâm vấn đề nâng cao chất lượng của ngành Marketing. Công tác nâng cao chất lượng được thực hiện chặt chẽ và có hệ thống, từ việc thu thập thông tin phản hồi và nhu cầu của các BLQ (GV, NH, cựu NH, NTD) để thiết kế và phát triển CTDH đến việc đảm bảo chất lượng kiểm tra, đánh giá, áp dụng các kết quả NCKH để cải tiến việc dạy và học hướng đến đạt CDR cũng như đáp ứng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích, tạo cơ chế phản hồi cho các BLQ.

Tiêu chí 10.1. Thông tin phản hồi và nhu cầu của các bên liên quan được sử dụng làm căn cứ để thiết kế và phát triển chương trình.

1. Mô tả hiện trạng

Thông tin phản hồi và nhu cầu của các BLQ được sử dụng làm căn cứ để thiết kế và điều chỉnh CTĐT chất lượng trình độ ĐH ngành Marketing. Trong các lần cập nhật điều chỉnh CTĐT, Khoa Thương mại đều mời các chuyên gia cùng chuyên ngành có uy tín từ các trường ĐH, các Viện nghiên cứu, các Nhà sử dụng NH tốt nghiệp, GV và cán bộ quản lý các cấp tham gia vào thảo luận, góp ý sửa đổi.

Căn cứ vào Quyết định và Văn bản hướng dẫn về việc điều chỉnh CTĐT trình độ ĐH năm 2020, 2022 và 2024 [H10.10.01.01], Khoa tiến hành cập nhật, chỉnh sửa

CTĐT vào các năm trên. Năm 2021, Khoa thành lập Tổ soạn thảo CTĐT trình độ ĐH theo Quyết định số 1262/QĐ-DCT ngày 31/05/2021 [H10.10.01.02] nhằm thu thập thông tin minh chứng của các BLQ. Các lần điều chỉnh, cập nhật CTĐT tiếp theo, Khoa thành lập Tổ soạn thảo vào năm 2022 [H10.10.01.03] và năm 2024 thành lập Hội đồng xây dựng CTĐT [H10.10.01.04].

Trong các lần cập nhật, chỉnh sửa CTĐT, Khoa tiến hành thu thập thông tin phản hồi từ các BLQ (gồm chuyên gia, cán bộ quản lý, GV, nghiên cứu viên, NV, người học, đại diện của các tổ chức xã hội - nghề nghiệp, nhà sử dụng lao động và người học đã tốt nghiệp) [H10.10.01.05]. Căn cứ vào các phiếu khảo sát và báo cáo khảo sát với các BLQ về việc phát triển và thiết kế CTĐT, Khoa tiến hành phân tích thông tin phản hồi để có tính khoa học, độ tin cậy làm căn cứ để thiết kế và phát triển CTDH [H10.10.01.06].

Sau khi tiến hành khảo sát các BLQ, các phản hồi có tính khoa học, độ tin cậy được Khoa lựa chọn, xử lý làm căn cứ thiết kế, xây dựng, điều chỉnh và phát triển CTDH [H10.10.01.07].

2. Điểm mạnh

Trong các lần cập nhật điều chỉnh CTĐT, Khoa đều mời các chuyên gia cùng chuyên ngành có uy tín từ các trường ĐH, các Viện nghiên cứu, các Nhà sử dụng NH tốt nghiệp, GV và cán bộ quản lý các cấp tham gia vào thảo luận, góp ý sửa đổi.

CTĐT có thu thập ý kiến các BLQ để làm cơ sở điều chỉnh CTDH, đặc biệt là các lần điều chỉnh CTDH năm 2022, 2024.

3. Điểm tồn tại

Việc thu thập thông tin phản hồi các BLQ, đặc biệt là đối tượng NTD, Cựu NH, chuyên gia chưa được thực hiện một cách hệ thống, bài bản.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời các lần rà soát, điều chỉnh, cập nhật và bổ sung tiếp theo, Khoa sẽ thực hiện công tác thu thập từ đối tượng NTD, cựu NH, chuyên gia bằng nhiều hình thức nhằm đảm bảo độ tin cậy của cơ sở dữ liệu để làm căn cứ thiết kế và phát triển CTDH một cách hệ thống, bài bản hơn.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7 điểm).

Tiêu chí 10.2. Việc thiết kế và phát triển chương trình dạy học được xác lập, được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

CTĐT ngành Marketing đang áp dụng tại Khoa Thương mại được xây dựng vào năm 2021 đến nay đã được đánh giá, chỉnh sửa và cải tiến nhằm đảm bảo tính khoa học, cập nhật và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động. CTĐT của

ngành đã được xây dựng năm 2021 và điều chỉnh, cập nhật vào các năm 2022 và 2024. Những công việc này đều được thực hiện định kỳ 02 năm/lần và theo quy trình chung của Trường.

Trước khi CTĐT được xây dựng, cập nhật, đánh giá, Trường tiến hành rà soát quy trình này bằng việc ban hành Kế hoạch xây dựng, cập nhật, đánh giá CTĐT trình độ ĐH [H10.10.02.01]. Theo kế hoạch, phòng Đào tạo thực hiện tiến hành rà soát và báo cáo với Hiệu trưởng các thay đổi quan trọng trong quy định về xây dựng, cập nhật, đánh giá CTĐT trình độ ĐH; đề xuất Bản dự thảo về Hướng dẫn xây dựng, cập nhật, đánh giá CTĐT trình độ ĐH; tiến hành lấy ý kiến đóng góp của các cá nhân và đơn vị có liên quan trong Trường đối với bản dự thảo [H10.10.02.02]; hoàn thiện Bản dự thảo về Hướng dẫn xây dựng, cập nhật, đánh giá CTĐT trình độ ĐH theo các ý kiến đóng góp và trình Hiệu trưởng xem xét, ký ban hành quy trình mới [H10.10.02.03]. Theo đó, CTĐT của ngành Marketing đã được xây dựng vào năm 2021 và điều chỉnh, cập nhật vào các năm 2022 và 2024 theo các quy trình này.

CTĐT ngành Marketing được ban hành vào năm 2021 [H10.10.02.04], việc xây dựng CTĐT được thực hiện theo Quyết định số 3229/QĐ-DCT ngày 14/11/2019 [H10.10.02.05], quy định Quy trình chi tiết cập nhật CĐR gồm 9 bước và Quy trình chi tiết cập nhật CTĐT theo CĐR gồm 12 bước rất cụ thể, chi tiết và chặt chẽ [H10.10.02.06]. Quy định này đã có những cập nhật quan trọng so với các quy định trước đây như: cập nhật về CĐR CTĐT theo quy định tại VQF (Ban hành theo Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ); cập nhật chương trình khung; cập nhật CĐR HP, ma trận CĐR; cập nhật đề cương các HP phù hợp với CĐR của CTĐT.

Năm 2022, Khoa tiến hành đánh giá, cập nhật CĐR và CTĐT ngành Marketing trình độ ĐH [H10.10.02.07], nhiệm vụ quan trọng của quá trình cập nhật, đánh giá này gồm: đánh giá, cập nhật CĐR, CTĐT; cập nhật CĐR của HP; cập nhật đề cương HP tổng quát, đề cương HP chi tiết. Quy định xây dựng, thẩm định, ban hành, rà soát, đánh giá, cập nhật CĐR và CTĐT các trình độ của giáo dục ĐH được thực hiện theo Quyết định số 161/QĐ-DCT ngày 22/01/2022 [H10.10.02.08], quy định Hướng dẫn xây dựng, ban hành, áp dụng CĐR Quy trình chi tiết cập nhật CĐR và CTĐT gồm 10 bước, 4 công việc cần thực hiện, cũng như việc áp dụng CĐR, CTĐT và thu thập các ý kiến phản hồi của các BLQ để làm cơ sở cải tiến; Hướng dẫn cập nhật CĐR và CTĐT, Quy trình chi tiết cập nhật CTĐT theo CĐR gồm 07 bước [H10.10.02.09].

Năm 2024, Khoa tiếp tục tiến hành đánh giá, cập nhật CĐR và CTĐT theo thông báo số 1087/TB-DCT ngày 16/11/2023 [H10.10.02.10]. CĐR và CTĐT được cập nhật lần này theo hướng linh hoạt, giúp người học có nhiều lựa chọn, thiết kế các

học phần phù hợp để liên thông trong các CTĐT cử nhân – kỹ sư – thạc sĩ, do được CĐR học phần và CĐR CTĐT, điều này thể hiện qua thông báo về cấu trúc CTĐT năm 2024 (thông báo số 338/TB-DCT ngày 24/4/2024) [H10.10.02.11] và quyết định về việc ban hành khung CĐR CTĐT các trình độ giáo dục đại học của Trường (quyết định số 1280/QĐ-DCT ngày 26/4/2024) [H10.10.02.12]. Quy định xây dựng, thẩm định, ban hành, rà soát, đánh giá, cập nhật CĐR và CTĐT các trình độ của giáo dục đại học được thực hiện theo Quyết định số 3015/QĐ-DCT ngày 19/10/2023 [H10.10.02.13], quy định hướng dẫn quy trình xây dựng CĐR và CTĐT với 10 bước, 4 công việc cần thực hiện, đối với quy trình cập nhật CĐR và CTĐT bao gồm 7 bước thực hiện [H10.10.02.14].

2. Điểm mạnh

Việc thực hiện thiết kế, và phát triển CTDH được thực hiện định kỳ 02 năm/lần và theo quy trình cụ thể, đảm bảo kiểm soát được các yêu cầu về chất lượng thiết kế chương trình, đảm bảo có sự tham gia của nhiều thành phần khác nhau trong quá trình thực hiện.

3. Điểm tồn tại

Khoa chưa chủ động trong việc đánh giá và cải tiến CTDH.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời định kỳ 2 năm/lần, Khoa sẽ có kế hoạch chi tiết thực hiện đánh giá và cải tiến CTDH liên tục trước khi kế hoạch của Trường được ban hành.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7 điểm).

Tiêu chí 10.3. Quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của người học được rà soát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Để đảm bảo việc dạy và học đi vào nề nếp, công tác dạy học đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CĐR, Trường đã ban hành Quyết định số 2060/QĐ-DCT ngày 28/9/2021 thay thế cho Quyết định số 1832/QĐ-DCT ngày 13/11/2013 Quy định về công tác giảng dạy trong đó nêu rõ công tác chuyên môn GV phải thực hiện [H10.10.03.01]. Căn cứ vào chỉ đạo của Trường, Khoa và Bộ môn đã tiến hành triển khai đến các GV của Khoa thực hiện công tác giảng dạy với bước đầu tiên là phải xây dựng đề cương giảng dạy phù hợp, có sự đánh giá của bộ môn [H10.10.03.02], đồng thời thường xuyên cải tiến phương pháp dạy học được thể hiện thông qua kế hoạch đổi mới phương pháp giảng dạy của Khoa và các bảng đăng ký cải tiến phương pháp giảng dạy của GV bộ môn [H10.10.03.03]. Từng học kỳ bộ môn tiến hành dự

giờ các GV trong bộ môn đồng thời có báo cáo tổng kết rút kinh nghiệm nhằm thực hiện việc giảng dạy tốt hơn và đánh giá GV [H10.10.03.04].

Khoa đã triển khai giảng dạy môn học theo CĐR, biên soạn tài liệu giảng dạy, giáo trình theo CĐR, giảng dạy theo CĐR [H10.10.03.05] là công tác quan trọng trong việc đảm bảo sự tương thích và phù hợp của hoạt động dạy và học theo CĐR. Khoa tiến hành đánh giá GV giảng dạy theo CĐR thông qua việc Ban chủ nhiệm Khoa, Bộ môn, các GV dự giờ giảng dạy và kiểm tra hồ sơ giảng dạy, giám sát kế hoạch giảng dạy của GV, đo lường và đánh giá mức độ NH đạt CĐR... [H10.10.03.04] nhằm cải tiến nâng cao chất lượng giảng dạy theo CĐR.

Đối với hoạt động học, việc kiểm tra đánh giá KQHT của NH được quy định rõ trong đề cương từng HP về hình thức, thời gian, trọng số của từng loại điểm [H10.10.03.01], [H10.10.03.02]. Nhằm hỗ trợ NH tiếp cận và lĩnh hội tốt kiến thức trong quá trình học tập và nghiên cứu, Trường cũng đã ban hành Quy định 3867/QĐ-DCT ngày 18/12/2023 về công tác CVHT [H10.10.03.06], Quyết định giao và nghiệm thu đề tài NCKH của NH [H10.10.03.07] và Khoa cũng đã thành lập câu lạc bộ học thuật [H10.10.03.08]. Ngoài ra, nhằm thực tiễn hóa kiến thức, công tác giảng dạy đã khai thác triệt để các phòng thực hành thí nghiệm giúp NH sớm tiếp cận kiến thức thực tiễn, đảm bảo hướng đào tạo ngành Marketing của Khoa mang tính ứng dụng.

Việc dạy và học được thực hiện có hệ thống và đồng bộ, được công khai trên website của Khoa, sổ tay NH [H10.10.03.09]; việc kiểm tra và thi cũng theo quy trình: Quyết định của Trường về quy định thi và kiểm tra, mỗi học kỳ đều có thông báo rà soát, điều chỉnh, cập nhật và bổ sung ngân hàng câu hỏi thi và cấu trúc đề thi theo CĐR từng HP [H10.10.03.10].

Bên cạnh kiến thức, NH cũng được chú trọng và hỗ trợ kỹ năng thông qua các lớp kỹ năng mềm, các hoạt động học thuật của Khoa [H10.10.03.11], [H10.10.03.12].

Hàng năm, Khoa đã tiến hành đánh giá KQHT để phân tích KQHT của NH theo từng khoá. Kết quả phân tích là một trong những cơ sở định lượng để Khoa rà soát đánh giá quá trình dạy, học và KQHT của NH để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CĐR [H10.10.03.13].

2. Điểm mạnh

Việc dạy và học được quy định cụ thể. Hoạt động giảng dạy được phản ánh kịp thời qua nhiều kênh thông tin làm cơ sở để GV điều chỉnh kịp thời phương pháp, cập nhật kiến thức thực tiễn phục vụ tốt hơn công tác giảng dạy. Việc thực hiện việc lấy ý kiến NH về đánh giá KQHT được thực hiện thường xuyên. Hoạt động tập huấn

phát triển chuyên môn, sinh hoạt chuyên đề về cải tiến phương pháp giảng dạy, kiểm tra đánh giá đáp ứng CDR được thực hiện thường xuyên theo từng năm học.

3. Điểm tồn tại

Việc rà soát, đánh giá hoạt động dạy và học chưa triệt để do phần mềm kiểm tra đánh giá chưa tương thích với CDR cũng như với việc thiết kế CTDH.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa tiến hành phối hợp với TT.QLCL cùng đề nghị Trường nâng cấp phần mềm kiểm tra đánh giá và thiết kế, biên soạn ngân hàng câu hỏi thi, cấu trúc đề thi tương thích CDR.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7 điểm).

Tiêu chí 10.4. Các kết quả nghiên cứu khoa học được sử dụng để cải tiến việc dạy và học.

1. Mô tả hiện trạng

Hoạt động NCKH của các GV tham gia giảng dạy CTĐT được Trường chú trọng, theo đó, mỗi GV của Trường tối thiểu mỗi năm phải có một công trình khoa học được công bố dưới dạng đề tài NCKH, bài báo khoa học, tham luận hội thảo... được qui đổi tối thiểu 586 giờ hoạt động NCKH [H10.10.04.01]. Nhờ vào những chính sách đó của Trường, số lượng NH, GV của Khoa Thương mại tham gia NCKH ngày càng tăng [H10.10.04.02].

Để sử dụng những kết quả NCKH vào việc cải tiến phương pháp dạy và học, Khoa Thương mại đã đưa ra quy định định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý tiến hành các buổi sinh hoạt chuyên môn, các buổi trao đổi học thuật để cập nhật tài liệu giảng dạy [H10.10.04.03], [H10.10.04.04]. Trước mỗi học kỳ, các GV tham gia giảng dạy cùng một HP phải tiến hành họp để thống nhất đề cương, tài liệu giảng dạy [H10.10.04.05]. Hội thảo khoa học cấp Khoa là các hoạt động giới thiệu các kết quả NCKH của GV và NH [H10.10.04.06] nhằm tạo môi trường trao đổi học thuật và áp dụng kết quả nghiên cứu. Thông qua các hoạt động sinh hoạt chuyên môn, seminar chuyên đề với chuyên gia trong, ngoài nước và hội thảo khoa học cấp Khoa hàng tháng, hàng quý, hàng năm đã giúp ích rất nhiều cho GV trong việc cải tiến phương pháp giảng dạy, cập nhật tài liệu giảng dạy và hoàn thiện đề cương, bài giảng [H10.10.04.07]. Thông qua các hoạt động KHCN này, NH cũng có cơ hội tham khảo, mở rộng kiến thức ngoài bài giảng, giáo trình và nội dung được học trong thời lượng giới hạn. Tham gia các hoạt động này, NH đã vận dụng các ý tưởng và kết quả đề tài vào khóa luận tốt nghiệp của mình, vận dụng kết quả đề hoàn thiện, khắc phục hạn chế trong quá trình học tập nghiên cứu [H10.10.04.08].

Tổ chức, quản lý và thực hiện công tác KHCN của Khoa đã góp phần phát triển KHCN của Trường, đồng thời nâng cao chất lượng giảng dạy đại học tại Khoa.

2. Điểm mạnh

Chính sách và cơ chế quản lý của Trường đối với KHCN đã tạo điều kiện cho công tác NCKH tại Khoa Thương mại phát triển ngày một mạnh hơn. Có nhiều đề tài NCKH có nội dung liên quan đến việc dạy và học. Các kết quả NCKH đó được áp dụng vào các HP của CTĐT.

3. Điểm tồn tại

Việc phổ biến, áp dụng kết quả NCKH để cải tiến hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của NH chưa có nhiều kết quả thực tế.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa định hướng và triển khai việc thúc đẩy GV tham gia NCKH theo hướng phục vụ cải tiến hoạt động dạy và học.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 10.5. Chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích (tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

Các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích phục vụ hoạt động dạy và học tại Trường bao gồm thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác. Hằng năm, Trường có thực hiện việc đánh giá mức độ hài lòng của NH đối với các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác. Trường khảo sát các BLQ (CB, GV, NV và NH) về mức độ đáp ứng của trang thiết bị dạy học và của hệ thống phòng học, giảng đường, phòng thực hành thí nghiệm, hệ thống CNTT, môi trường sức khỏe, an toàn, thư viện [H10.10.05.01].

TT.QLCL tổng hợp, phân tích dữ liệu khảo sát và gửi báo cáo kết quả khảo sát về các đơn vị trong toàn trường [H10.10.05.02]. Đối với Trung tâm Thông tin thư viện, hằng năm đều tiến hành khảo sát và đánh giá phản hồi của người sử dụng về chất lượng phục vụ của thư viện [H10.10.05.03].

Kết quả khảo sát và dữ liệu khảo sát là một trong những thông tin đầu vào để giúp các đơn vị trong Trường đánh giá và đưa ra các hoạt động cải tiến thể hiện qua Báo cáo tổng kết năm học và Kế hoạch năm học tiếp theo của đơn vị [H10.10.05.04]. Đối với cấp Trường, hoạt động cải tiến được xác lập thông qua phương hướng của năm học tại hội nghị viên chức hàng năm và được triển khai thành các kế hoạch hàng tháng [H10.10.05.05].

Trên cơ sở khảo sát ý kiến của các BLQ và kết quả các cuộc họp tổng kết năm học, các dịch vụ hỗ trợ đã được cải tiến và nâng cao chất lượng phục vụ, như:

Hàng năm, Trung tâm Thông tin thư viện đều có các đề nghị đến các Khoa rà soát và cập nhật tài liệu theo HP, từ đó làm căn cứ đề nghị Trường duyệt mua các tài liệu phục vụ cho các CTĐT [H10.10.05.06]. Ngoài ra, để nguồn tài nguyên thông tin ngày càng phong phú, đa dạng, Thư viện đã có các hợp đồng, các thỏa thuận liên kết với các nguồn cơ sở dữ liệu bên ngoài [H10.10.05.07].

Trường đã thiết kế xây dựng mới với các trang bị các thiết bị thực hành hiện đại, các thiết bị CNTT và CSVC phục vụ cho việc học tập và nghiên cứu của NH, cụ thể: trong giai đoạn đánh giá, Trường đã cải tạo và phát triển thư viện hiện đại; các trang thiết bị của thực hành cũng thường xuyên được Trường kiểm kê định kỳ một năm một lần, đồng thời những thiết bị hư hỏng hoặc cần bảo trì, bảo dưỡng cũng được đội ngũ NV của Trường sửa chữa và khắc phục [H10.10.05.08].

2. Điểm mạnh

Trường có văn bản quy định về quy trình đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của Thư viện, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác; có thực hiện việc giám sát, đánh giá tính hiệu quả của các dịch vụ hỗ trợ của Thư viện, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác; có thực hiện cải tiến chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của Thư viện, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác.

3. Điểm tồn tại

Dữ liệu giám sát, đánh giá quá trình thực hiện hỗ trợ và tiện ích chưa được tập hợp theo hệ thống.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Trường sẽ tăng cường cải tiến chất lượng dịch vụ hỗ trợ và tiện ích trên cơ sở kết quả khảo sát, giám sát và đánh giá; đồng thời tiến hành tập hợp dữ liệu khảo sát, đánh giá chất lượng dịch vụ hỗ trợ một cách có hệ thống, ưu tiên sử dụng CNTT và khảo sát trực tuyến.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 10.6. Cơ chế phản hồi của các bên liên quan có tính hệ thống, được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

Tiền thân là Phòng Khảo thí và Đảm bảo chất lượng theo Quyết định số 670/QĐ-DCT ngày 2/4/2017 [H10.10.06.01], TT.QLCL có chức năng tham mưu và chịu trách nhiệm trước Hiệu trưởng về việc tổ chức, quản lý và triển khai thực hiện các hoạt động khảo thí và đánh giá chất lượng đào tạo; đảm bảo chất lượng và kiểm định chất lượng giáo dục của Trường. Hiện nay, TT.QLCL chủ trì và phối hợp với

các đơn vị trong việc xây dựng quy định, tổ chức điều tra, khảo sát, lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan và giám sát hoạt động cải tiến chất lượng đối với kết quả: Lấy ý kiến của NH về hoạt động giảng dạy của GV; Lấy ý kiến của NH trước khi tốt nghiệp về toàn khóa học; Lấy ý kiến của NH về chất lượng CSVC và dịch vụ hỗ trợ; Lấy ý kiến CB, VC và người lao động về môi trường làm việc của Trường; Khảo sát tình hình việc làm của NH đã tốt nghiệp; Khảo sát NH mới nhập học về thông tin tuyển sinh và những kỳ vọng về Trường; Lấy ý kiến nhà tuyển dụng về người lao động là cựu NH của Trường... Quy trình lấy ý kiến, hình thức, công cụ lấy ý kiến đều được xác định rõ trong Quy định về công tác lấy ý kiến các BLQ của Trường [H10.10.06.02].

Cơ chế phản hồi của các BLQ được đánh giá và cải tiến. Quy định về công tác lấy ý kiến các BLQ của Trường được ban hành kèm theo Quyết định số 2396/QĐ-DCT vào ngày 23/10/2018 [H10.10.06.02]. Văn bản này xác định các quy định về mục đích, yêu cầu, quy trình tổ chức thực hiện và trách nhiệm của những đơn vị, cá nhân tham gia công tác lấy ý kiến phản hồi từ các BLQ của Trường. Năm 2020, Quy định này đã được rà soát, đánh giá, cải tiến [H10.10.06.03], và ngày 01/10/2021 Quyết định 2096/QĐ-DCT được ban hành thay thế cho Quyết định số 2396/QĐ-DCT ngày 23/10/2018 về công tác lấy ý kiến từ các BLQ của Trường [H10.10.06.02]. So với năm 2018, quy định về công tác lấy ý kiến các BLQ năm 2021 có những cải tiến:

- Mục đích của công tác lấy ý kiến các BLQ được bổ sung “*Thể hiện sự cam kết của việc thực hiện chính sách chất lượng của Trường giai đoạn 2021 – 2025*”.

- Bổ sung 3 nội dung lấy ý kiến các BLQ: lấy ý kiến cán bộ, viên chức và người lao động về môi trường làm việc tại trường; khảo sát người học mới nhập học về thông tin tuyển sinh và những kỳ vọng về Trường; lấy ý kiến nhà tuyển dụng về người lao động là cựu NH của Trường.

- Trong nội dung tổ chức thực hiện đã xác định rõ: thời gian lấy ý kiến; các cá nhân/đơn vị chủ trì; các cá nhân/đơn vị phối hợp.

- Hình thức lấy ý kiến phong phú, đa dạng hơn, bao gồm: Lấy ý kiến trên phần mềm Education; Lấy ý kiến trên Form (online); Lấy ý kiến bằng hình thức phát phiếu trực tiếp, phỏng vấn, gửi bảng câu hỏi qua email hoặc mời dự hội thảo chuyên đề... Các hình thức này được lựa chọn tùy vào điều kiện cụ thể của Trường.

Kết quả tổng hợp qua các đợt khảo sát lấy ý kiến các BLQ được gửi đến cho các Khoa, các đơn vị có liên quan để xem xét, làm cơ sở cho việc xây dựng kế hoạch cải tiến chất lượng và nâng cao chất lượng đào tạo.

2. Điểm mạnh

Trường có quy định cụ thể về cơ chế phản hồi của các BLQ. Việc thu thập, lựa chọn, xử lý và sử dụng thông tin phản hồi được thực hiện đúng quy trình.

3. Điểm tồn tại

Trường và Khoa chưa thực hiện đối sánh tất cả các kết quả khảo sát của các BLQ giữa các Khoa.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời TT.QLCL tiến hành thực hiện đối sánh tất cả các kết quả khảo sát của các BLQ giữa các Khoa.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Kết luận về Tiêu chuẩn 10

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

Khoa Thương mại đã làm đúng theo quy định, quy trình thủ tục trong việc nâng cao chất lượng đào tạo:

Việc thực hiện thiết kế, và phát triển CTDH được thực hiện định kỳ và theo quy trình cụ thể, đảm bảo kiểm soát tốt các yêu cầu về chất lượng thiết kế chương trình, được đánh giá và cải tiến theo nhu cầu xã hội. Khoa luôn điều chỉnh sao cho hiệu quả hơn trong những năm tới.

Quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của NH được rà soát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CDR: Khoa Thương mại đã chủ động, phát huy tính sáng tạo, phát triển các kỹ năng cần có cho NH, trong thời gian tới Khoa sẽ có quy trình cụ thể chi tiết hơn nữa.

Khoa Thương mại có tổ chức hội thảo khoa học thường niên. Các kết quả NCKH được sử dụng để cải tiến việc dạy và học: công tác này Khoa Thương mại đã làm khá tốt và sẽ chú trọng nhiều hơn trong tương lai.

Tổ chức điều tra, khảo sát, lấy ý kiến phản hồi của các BLQ và giám sát hoạt động cải tiến chất lượng. Hoạt này cũng diễn ra thường niên và đang được đôn đốc, thực hiện cơ bản ổn định và nghiêm túc.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Dữ liệu giám sát, đánh giá quá trình thực hiện hỗ trợ và tiện ích chưa được tập hợp theo hệ thống.

Khi xây dựng mới một CTĐT, Khoa chưa khảo sát nhu cầu xã hội của ngành học mang tính định lượng.

Chưa đối sánh được ý kiến phản hồi của các BLQ giữa các Khoa.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 10:

Có 6/6 tiêu chí đạt điểm 5. Mức trung bình: 5; Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%.

Tiêu chuẩn 11. Kết quả đầu ra

Đánh giá chất lượng đầu ra có vai trò quan trọng trong hệ thống đảm bảo chất lượng của Trường. Hằng năm, Khoa Thương mại đã tổ chức thống kê tỷ lệ NH tốt

nghiệp; thời gian hoàn thành chương trình, tỷ lệ NH thôi học, số lượng NH tốt nghiệp xin được việc làm cũng được cập nhật thông qua sự kết nối chặt chẽ với cựu NH. Các hoạt động NCKH cho NH được quy định với trình tự chặt chẽ, đảm bảo phù hợp với CDR của ngành Marketing, các hướng nghiên cứu ưu tiên của Trường được lên kế hoạch hàng năm và khuyến khích thực hiện. Trường và Khoa Thương mại đã xây dựng hệ thống thu thập và phân tích sự hài lòng của các BLQ, làm cơ sở quan trọng cho việc cải tiến chương trình, hoạt động và chất lượng của hệ thống đảm bảo chất lượng.

Tiêu chí 11.1. Tỷ lệ thôi học, tốt nghiệp được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Hàng năm, tỉ lệ NH ngành Marketing tốt nghiệp và thôi học được xác lập, giám sát chặt chẽ để làm căn cứ cho các hoạt động cải tiến chất lượng CTĐT.

Khoa Thương mại phối hợp cùng với phòng Đào tạo, là đơn vị chuyên trách trong các hoạt động kiểm soát dữ liệu đào tạo để xác lập, theo dõi dữ liệu về công tác đào tạo của khoa bao gồm: số lượng NH đầu vào, tỉ lệ NH thôi học, số lượng NH tốt nghiệp hàng năm. Tất cả dữ liệu này được phòng Đào tạo quản lý bằng hệ thống phần mềm quản lý thông tin đào tạo chuyên biệt PMT-EMS, có độ tin cậy và tính chính xác cao. Giáo vụ khoa được cấp quyền truy cập hệ thống quản lý dữ liệu đào tạo này [H11.11.01.01].

Cuối mỗi năm học, khoa Thương mại thực hiện việc trích xuất dữ liệu đào tạo từ phần mềm, lập bảng thống kê và tiến hành phân tích, thể hiện qua bảng 11.1 như sau:

Bảng 11.1 NH tốt nghiệp và thôi học ngành Marketing 5 năm gần đây

Năm nhập học	Khóa	Số NH nhập học thực tế	Tỉ lệ % NH hoàn thành chương trình trong thời gian				Số NH thôi học trong thời gian			
			3 năm	3,5 năm	4 năm	Trên 4 năm	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
2021 – 2022	12	60	0	39	0	0	0	0	1	2
2022– 2023	13	226	0	0	0	0	0	3	3	0
2023 – 2024	14	274	0	0	0	0	0	1	3	0
2024 – 2025	15	313	0	0	0	0	0	0	0	0

Kết quả thống kê cho thấy, đa số NH ngành Marketing hoàn thành đúng thời hạn các HP trong CTĐT, số lượng NH bị thôi học do kết quả học tập yếu, bị cảnh

báo học vụ và không đủ điều kiện tốt nghiệp trong khoa tương đối thấp [H11.11.01.02].

Dựa trên dữ liệu do phòng Đào tạo cung cấp, Khoa tiến hành phân tích kết quả về tình hình NH thôi học ngành Marketing được thể hiện trong bảng 11.1. Hằng năm, Ban chủ nhiệm Khoa thông qua đội ngũ GV, CVHT để rà soát tình hình học vụ của NH từng lớp và tìm hiểu nguyên nhân thôi học của NH. Qua đó đã triển khai thực hiện các giải pháp nhằm giảm tỉ lệ thôi học và tăng tỉ lệ NH tốt nghiệp đúng hạn hàng năm như thông qua CVHT để rà soát tình hình học vụ của NH từng lớp, kịp thời động viên, hỗ trợ để NH tiếp tục quá trình học tập, tư vấn NH phương pháp cải thiện kết quả học tập phù hợp với từng trường hợp cụ thể, tổ chức các buổi đối thoại giữa Ban chủ nhiệm Khoa, Trưởng bộ môn quản lý ngành, Bí thư Chi đoàn Khoa để lắng nghe ý kiến phản hồi trực tiếp từ đại diện NH, ban cán sự các lớp về các vấn đề liên quan đến học vụ của NH [H11.11.01.03].

Cùng với việc giám sát dữ liệu đào tạo của ngành Marketing theo từng năm học, Khoa Thương mại còn thực hiện việc đối sánh dữ liệu của NH một số ngành đào tạo khác trong Khoa và trong Trường. Việc đối sánh dữ liệu này cho phép Khoa Thương mại có những phân tích, nhận định chính xác hơn tình hình triển khai các biện pháp hỗ trợ NH cải thiện KQHT, qua đó Khoa tiếp tục điều chỉnh kế hoạch hành động phù hợp nhằm tăng tỉ lệ NH tốt nghiệp và giảm tỉ lệ thôi học hàng năm, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của Khoa [H11.11.01.04].

2. Điểm mạnh

Khoa Thương mại đã theo dõi, giám sát chặt chẽ tỉ lệ tốt nghiệp và tỉ lệ thôi học của NH. Khoa đã tiến hành thống kê danh sách, tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp mỗi khóa đào tạo, đồng thời tìm hiểu, phân tích nguyên nhân dẫn đến tình trạng thôi học nhằm đưa ra các giải pháp cải tiến phù hợp. Các CVHT của Khoa Thương mại luôn cập nhật tình hình học vụ của NH, tích cực hỗ trợ NH để cải thiện KQHT, đảm bảo tỉ lệ tốt nghiệp hàng năm không bị giảm. Việc xét tốt nghiệp được thực hiện từ 1-2 đợt/năm.

3. Điểm tồn tại

Trường, Khoa chưa có một hệ thống cập nhật lý do NH thôi học một cách hiệu quả. Ngoài ra, ngành Marketing chưa thực hiện việc đối sánh các ngành cùng tên ở các trường ĐH khác trong và ngoài nước về tỉ lệ tốt nghiệp, thôi học.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời, Phòng P.ĐT phối hợp với Khoa Thương mại tiến hành tổng hợp nguyên nhân thôi học và tỉ lệ thôi học một cách hệ thống; từ đó phân tích và đề xuất giải pháp giảm thiểu tỉ lệ thôi học. Bên cạnh đó, Khoa Thương mại thực hiện việc

đối sánh về tỉ lệ tốt nghiệp, thôi học của CTĐT ngành Marketing cùng với CTĐT của các trường ĐH khác ở trong nước.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7).

Tiêu chí 11.2. Thời gian tốt nghiệp trung bình được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Phòng Đào tạo của Trường được phân công theo dõi, cập nhật danh sách tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp hàng năm [H11.11.02.01]. Bên cạnh đó, Khoa Thương mại cũng được giao nhiệm vụ đào tạo, giám sát và theo dõi tình hình học tập của NH ngành Marketing [H11.11.02.02].

Căn cứ quy chế đào tạo tín chỉ, thời gian đào tạo theo thiết kế của trình độ ĐH ngành Marketing là 3,5 năm, với thời gian đào tạo tối đa cho phép là 6 năm [H11.11.02.03]. Thời gian tốt nghiệp trung bình là thời gian cần thiết cho những NH bình thường hoàn thành chương trình học tập của mình để được cấp bằng tốt nghiệp. Cụ thể thông tin về thời gian tốt nghiệp trung bình của 01 khóa gần đây [H11.11.02.04] được thể hiện qua bảng số liệu 11.2 như sau:

Bảng 11.2. Thời gian tốt nghiệp trung bình của NH ngành Marketing

Năm nhập học	Số lượng NH tốt nghiệp	Số lượng NH tốt nghiệp				Thời gian tốt nghiệp trung bình
		3,5 năm	4 năm	5 năm	6 năm	
2021 – 2022	39	39	0	0	0	3,5
2022– 2023	0	0	0	0	0	0
2023 – 2024	0	0	0	0	0	0
2024 – 2025	0	0	0	0	0	0

Kết quả từ bảng thống kê cho thấy: Thời gian tốt nghiệp trung bình của NH ngành Marketing dao động từ 3,5 năm theo thiết kế CTĐT.

Mỗi học kỳ, Trường đều thực hiện việc cảnh báo học vụ đến NH, nhằm giúp NH có KQHT kém biết và lập phương án học tập thích hợp. Thông qua CVHT để nắm bắt tình hình, tìm hiểu nguyên nhân chậm tốt nghiệp của NH, qua đó kịp thời động viên, hỗ trợ NH tiếp tục quá trình học tập; tư vấn NH phương pháp cải thiện kết quả học tập phù hợp với từng trường hợp cụ thể [H11.11.02.05].

Sau khi xác định các nguyên nhân chậm tốt nghiệp của NH, Trường và Khoa đã tạo điều kiện cho NH trong việc phê duyệt các HP chuyển đổi tương đương, thay thế đối với những NH chậm tiến độ, tổ chức các buổi đối thoại giữa Ban chủ nhiệm

Khoa, Trưởng bộ môn quản lý ngành, Bí thư chi đoàn Khoa để lắng nghe ý kiến phản hồi trực tiếp từ đại diện NH, ban cán sự các lớp về các vấn đề liên quan đến học vụ của NH nhằm giúp những NH này có thể hoàn thành được khóa học và tốt nghiệp trong khung thời gian đào tạo theo thiết kế [H11.11.02.06].

Cùng với việc giám sát thời gian tốt nghiệp trung bình các khóa đào tạo của ngành Marketing, Khoa Thương mại cũng thực hiện việc đối sánh dữ liệu với NH một số ngành đào tạo khác trong Trường [H11.11.02.07]. Quá trình đối sánh dữ liệu này giúp cho khoa Thương mại có những phân tích và đánh giá chính xác hơn tình hình triển khai các biện pháp hỗ trợ NH cải thiện KQHT, giải quyết vấn đề học vụ, qua đó Khoa tiếp tục điều chỉnh kế hoạch hành động phù hợp nhằm rút ngắn thời gian tốt nghiệp trung bình hàng năm, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của toàn Khoa [H11.11.02.08].

2. Điểm mạnh

Khoa Thương mại định kỳ thực hiện thống kê thời gian tốt nghiệp của NH, luôn theo dõi được tiến độ học tập của NH thông qua CVHT để hỗ trợ NH, nhất là trong việc phê duyệt các HP chuyển đổi, HP thay thế để NH được hoàn thành CTĐT. Khoa có tìm hiểu nguyên nhân NH tốt nghiệp muộn và tìm được các biện pháp hỗ trợ NH.

3. Điểm tồn tại

Khoa chưa tổ chức tổng kết/đánh giá hiệu quả các biện pháp hỗ trợ NH rút ngắn thời gian tốt nghiệp.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời, Phòng Đào tạo phối hợp với Khoa Thương mại tiến hành tổng kết, đánh giá hiệu quả các giải pháp hỗ trợ NH tốt nghiệp trong thời gian quy định. Song song đó, Khoa sẽ tiến hành tìm hiểu tỉ lệ tốt nghiệp của các cơ sở giáo dục ĐH trong nước có đào tạo cùng ngành hoặc khối ngành để tiến hành đối sánh.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 11.3. Tỷ lệ có việc làm sau tốt nghiệp được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

TT.QLCL là đơn vị chủ trì và phối hợp với các đơn vị khác thực hiện việc khảo sát tình hình NH có việc làm, phản hồi của cựu NH và NTD [H11.11.03.01]. Khoa Thương mại luôn quan tâm đến vấn đề việc làm NH sau tốt nghiệp. Chính vì vậy, hàng năm Khoa thực hiện theo kế hoạch của Trường để khảo sát tình hình việc làm của NH sau tốt nghiệp [H11.11.03.02], với kết quả nhận được trong bảng 11.3 như sau [H11.11.03.03]:

Bảng 11.3. Hiện trạng việc làm và thời gian có việc sau khi ra trường của NH ngành Marketing tốt nghiệp năm 2024

Năm	Tình hình việc làm					Tỷ lệ SV có việc làm/Tổng số SV phản hồi	Tỷ lệ SV có việc làm/Tổng số SV tốt nghiệp
	Có việc làm			Tiếp tục học	Chưa có việc làm		
	Đúng ngành đào tạo	Liên quan đến ngành đào tạo	Không liên quan đến ngành đào tạo				
2024	25	8	6	0	0	100	100

Kết quả từ bảng 11.3 cho thấy SV ngành Marketing đều có việc làm sau 06 tháng tốt nghiệp.

Bảng 11.4. Thống kê môi trường làm việc của NH ngành Marketing năm 2024

Môi trường làm việc của NH tốt nghiệp	2021	2022	2023	2024
DN tư nhân	-	-	-	28
DN có vốn đầu tư nước ngoài	-	-	-	11
Các cơ quan Nhà nước	-	-	-	0
DN quốc doanh	-	-	-	0
Tự làm chủ	-	-	-	0
Loại hình khác	-	-	-	0

Từ bảng thống kê 11.4 có thể thấy đa phần NH tốt nghiệp làm việc ở khu vực doanh nghiệp tư nhân. Kết quả này là cơ sở để Khoa phản ánh một phần về chất lượng đào tạo và là cơ sở để Khoa cải tiến, nâng cao chất lượng đào tạo cho NH để đáp ứng nhu cầu thực tế.

Để nhận định tốt hơn tình hình việc làm của NH sau khi tốt nghiệp. Khoa Thương mại tiến hành đối sánh tình hình việc làm của NH ngành Marketing với NH một số ngành học trong Khoa và trong Trường. Ngoài ra, Khoa còn tiến hành đối sánh tỉ lệ có việc làm của ngành Marketing với các trường ĐH trong nước như Trường ĐH Kinh tế Luật, kết quả cho thấy tỉ lệ này như nhau [H11.11.03.04].

Trung tâm TS&TT và Trung tâm ĐMST&KN của Trường có chức năng hỗ trợ việc làm cho NH toàn trường [H11.11.03.05]. Trường đã xây dựng chuyên trang Hỗ trợ NH trong đó có mục hỗ trợ việc làm, khởi nghiệp, kỹ năng mềm cho NH

[H11.11.03.06]. Ngoài ra, nhằm tìm hiểu các nguyên nhân cũng như có các biện pháp hỗ trợ NH có việc làm một cách hiệu quả, Trung tâm TS&TT đã nghiên cứu và giới thiệu chuyên đề *”Công tác giới thiệu việc làm giữa các ngành đào tạo của Hufi”* [H11.11.03.07]. Hàng năm, Khoa Thương mại cũng kết hợp với Trung tâm TS&TT hỗ trợ giải quyết việc làm cho NH ngành Marketing thông qua các Chương trình ngày hội việc làm. Đặc biệt, NH được tham gia kỳ thực tập và kiến tập chuyên ngành tại các doanh nghiệp nên gần như NH không còn bỏ ngõ sau khi ra trường. Đây chính là cầu nối để NH sớm có việc làm sau khi tốt nghiệp. Qua đó, trong giai đoạn đánh giá, có 100% NH đã có việc làm [H11.11.03.08].

2. Điểm mạnh

Khoa có khảo sát NH tốt nghiệp về cải thiện cơ hội việc làm sau tốt nghiệp trong giai đoạn đánh giá, có số liệu tin cậy về việc làm của NH, có tổ chức thảo luận, phân tích nguyên nhân, đề xuất các biện pháp khắc phục. Khoa và Trường có theo dõi, giám sát và đối sánh NH tốt nghiệp có việc làm qua các năm. Đồng thời, tạo điều kiện tốt nhất giúp NH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn và các kỹ năng khác.

3. Điểm tồn tại

Việc tìm kiếm dữ liệu về tỉ lệ tốt nghiệp, thôi học và tỉ lệ NH có việc làm của các trường đại học khác trong nước để đối sánh với ngành Marketing của Khoa gặp khó khăn vì vậy việc chọn đối tác để đối sánh chưa rộng và chưa sử dụng tối đa kết quả đối sánh để cải tiến.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại đẩy mạnh việc tìm kiếm đối tác và dữ liệu về tỉ lệ tốt nghiệp, thôi học của các trường đại học khác trong nước đào tạo cùng ngành hoặc khối ngành để đối sánh.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 11.4. Loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của người học được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Những năm gần đây, hoạt động NCKH được Khoa và Trường khuyến khích NH tham gia nhằm nâng cao tri thức và cung cấp thêm nhiều kiến thức, từ đó góp phần nâng cao ý thức cho NH, nâng cao hiểu biết, cải tiến trong việc học tập. Hoạt động NCKH của NH được quy định tại Quy chế hoạt động KHCN của Trường, xác định rõ các loại hình NCKH, quy trình xét duyệt, giám sát các đề tài NCKH của NH [H11.11.04.01]. Phòng Khoa học công nghệ là đơn vị được Trường giao nhiệm vụ tổ chức chỉ đạo, quản lý và đề xuất giải pháp tăng cường hoạt động NCKH của NH [H11.11.04.02]. Trong giai đoạn đánh giá, số lượng đề tài NCKH của NH ngành

Marketing được thể hiện như trong bảng 11.5 [H11.11.04.03]:

Bảng 11.5. Thống kê kết quả NCKH của NH ngành Marketing

Năm học	Đề tài NCKH của NH	Đề tài đạt giải Khoa/Trường	Tổng số NH tham gia
2021-2022	2	0	8
2022-2023	1	0	2
2023-2024	0	0	0
2024-2025	0	0	0

Nhằm hướng đến việc nâng cao chất lượng đào tạo, Khoa Thương mại khuyến khích NH tham gia các hoạt động NCKH thông qua các hoạt động NCKH dành cho NH. Năm học 2022 -2023, có 01 NH thuộc ngành Marketing đã đạt giải trong cuộc thi do Trường tổ chức. Đây được xem là bước ngoặt trong hoạt động NCKH của NH khoa Thương mại.

Hàng năm, Trường tiến hành đánh giá hoạt động NCKH của NH và đề xuất phương hướng, nhiệm vụ NCKH của NH năm tiếp theo [H11.11.04.04], cũng như tổ chức các hoạt động hỗ trợ NH có động lực NCKH [H11.11.04.05].

2. Điểm mạnh

Khoa có đội ngũ các GV có trình độ cao và có nhiều kinh nghiệm trong hoạt động NCKH.

3. Điểm tồn tại

Trường chưa chú trọng thực hiện đối sánh loại hình và số lượng các hoạt động NCKH của NH giữa các cơ sở giáo dục ĐH khác nhau.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời Khoa Thương mại thực hiện đối sánh hoạt động NCKH của NH với các cơ sở giáo dục ĐH khác có đào tạo cùng ngành hoặc khối ngành, đồng thời phối hợp với phòng Quản lý khoa học xây dựng quy chế hoặc chính sách nhằm khuyến khích hoạt động NCKH trong NH. Đặc biệt việc hỗ trợ kinh phí đủ lớn để tạo điều kiện thuận lợi cho NH khi thực hiện NCKH.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7)

Tiêu chí 11.5. Mức độ hài lòng của các bên liên quan được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Trường ĐH CT TP.HCM đã xác lập và duy trì hoạt động khảo sát ý kiến các BLQ. Hàng năm, Trường tổ chức khảo sát lấy ý kiến phản hồi của các

BLQ nhằm mục đích phục vụ công tác nâng cao chất lượng toàn diện trong Trường gồm các loại khảo sát sau [H11.11.05.01]:

- (i) Khảo sát ý kiến của NH về hoạt động giảng dạy của GV;
- (ii) Khảo sát ý kiến NH năm cuối về khóa học;
- (iii) Khảo sát ý kiến NH tốt nghiệp về việc làm;
- (iv) Khảo sát ý kiến GV và NH về chất lượng đội ngũ nhân viên hỗ trợ;
- (v) Khảo sát ý kiến NTD về CTĐT;
- (vi) Khảo sát ý kiến NTD về chất lượng CSVC của Trường.

Quy trình lấy ý kiến, hình thức, công cụ lấy ý kiến đều được xác định rõ trong Quy định về công tác lấy ý kiến các BLQ của Trường [H11.11.05.02]. Kết quả của các loại khảo sát trên, sau khi được TT.QLCL xử lý bằng phần mềm chuyên dụng, được tổng hợp, đối sánh giữa các CTĐT hoặc các đơn vị trong Trường sẽ được gửi đến các đơn vị liên quan trong Trường, các đơn vị phân tích dữ liệu và làm báo cáo việc sử dụng kết quả khảo sát cho việc cải tiến như thế nào để nâng cao chất lượng của đơn vị [H11.11.05.03], [H11.11.05.04].

Sau khi tiếp nhận kết quả ý kiến phản hồi từ các BLQ. Khoa và các đơn vị trong trường tiến hành nhiều hoạt động nhằm cải tiến chất lượng như sau:

Lãnh đạo và GV của Khoa được tham dự các Hội nghị cán bộ viên chức để tạo môi trường dân chủ, thẳng thắn góp ý kiến của các cán bộ trong việc hoạch định chính sách, trong đó đặc biệt lưu ý đến việc nâng cao chất lượng các CTĐT, NCKH và các dịch vụ hỗ trợ NH. Hàng tháng, tại các cuộc họp Khoa và các cuộc họp bộ môn, nhóm chuyên môn, GV Khoa Thương mại luôn được ủng hộ đóng góp ý kiến nhằm mục tiêu cải thiện và nâng cao chất lượng đào tạo và phục vụ tốt hơn đối với NH [H11.11.05.05].

Đánh giá mức độ hài lòng từ phía NH đối với GV là việc làm thường xuyên của Trường. Cuối mỗi học kỳ, TT.QLCL triển khai lấy phiếu đánh giá từ phía NH. Kết quả khảo sát sẽ được TT.QLCL tổng hợp báo cáo tới BGH, sau đó thông báo đến lãnh đạo đơn vị để nắm thông tin và chuyển đến từng GV. Thông tin phản hồi từ NH sau mỗi học kỳ rất hữu ích cho mục đích cải thiện việc giảng dạy hiệu quả hơn nhằm nâng cao chất lượng NH [H11.11.05.06].

Đối với kết quả khảo sát của GV và NH về chất lượng đội ngũ NV hỗ trợ, kết quả khảo sát và dữ liệu khảo sát là một trong những thông tin đầu vào để giúp các đơn vị trong Trường đánh giá và đưa ra các hoạt động cải tiến thể hiện qua Báo cáo tổng kết năm học và Kế hoạch năm học tiếp theo của đơn vị [H11.11.05.07]. Đối với cấp Trường, hoạt động cải tiến được xác lập thông qua phương hướng của năm học tại hội nghị viên chức hàng năm và được triển khai thành các kế hoạch hàng tháng [H11.11.05.08].

Hoạt động khảo sát của NH tốt nghiệp và NTD giúp Trường/Khoa tìm hiểu những thông tin cơ bản về CTĐT và khóa học, những kiến thức và kỹ năng cần bổ sung giúp NH sau khi ra trường nhanh chóng tìm được việc làm và sớm thích nghi với công việc [H11.11.05.09].

2. Điểm mạnh

Việc xác định và giám sát mức độ hài lòng của các BLQ (đặc biệt là GV, NH, cựu NH) để cải tiến chất lượng đào tạo được Trường, Khoa Thương mại thực hiện trong suốt quá trình hoạt động. Các kết quả khảo sát được sử dụng làm căn cứ lập kế hoạch cải tiến chất lượng hàng năm.

3. Điểm tồn tại

Mức độ hài lòng của các BLQ chưa được phân tích, đối sánh một cách hệ thống. Việc thực hiện cải tiến chất lượng trên cơ sở đáp ứng yêu cầu của các BLQ chưa được giám sát, thực hiện đồng bộ.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2025 – 2026, Trường và Khoa sẽ tiếp tục phát huy điểm mạnh, đồng thời hoạt động phân tích, giám sát, đối sánh mức độ hài lòng của các BLQ cần được thực hiện hệ thống với các quy định cụ thể. Giám sát một cách hệ thống, bài bản việc cải tiến chất lượng trên cơ sở đáp ứng yêu cầu của các BLQ. Đặc biệt cần có thỏa thuận cam kết trong việc tích cực phản hồi các ý kiến của các NTD.

5. Tự đánh giá: Đạt (5/7).

Kết luận về Tiêu chuẩn 11:

Những điểm mạnh nổi bật của tiêu chuẩn:

NH ngành Marketing có tỷ lệ tốt nghiệp tương đối cao, tỷ lệ thôi học tương đối thấp, thời gian tốt nghiệp trung bình của NH nằm trong khung thời gian thiết kế của CTĐT. Khoa định kỳ thực hiện thống kê thời gian tốt nghiệp của NH, luôn theo dõi được tiến độ học tập của NH thông qua CVHT để hỗ trợ NH hoàn thành CTĐT.

Khoa có tìm hiểu nguyên nhân NH tốt nghiệp muộn và tìm các biện pháp hỗ trợ NH. Khoa có khảo sát NH tốt nghiệp về cải thiện cơ hội việc làm sau tốt nghiệp trong giai đoạn đánh giá và có đề xuất các biện pháp khắc phục.

Khoa và Trường có theo dõi, giám sát và đối sánh NH tốt nghiệp của các năm có việc làm. Đồng thời, tạo điều kiện tốt nhất giúp NH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn và các kỹ năng khác thông qua hoạt động thực tập và kiến tập chuyên ngành tại các doanh nghiệp.

Những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn:

Mặc dù Trường và Khoa đã có hệ thống giám sát tỉ lệ NH tốt nghiệp và thôi học, tình hình NH ra trường có việc làm qua các năm nhưng chưa có hệ thống cập nhật lý do thôi học của NH; lý do NH chưa có việc làm hoặc chưa tìm được việc

đúng chuyên ngành; thống kê, theo dõi chưa được thực hiện khoa học, chưa truy suất được ngay khi cần số liệu.

Hoạt động NCKH của NH còn khiêm tốn, chưa khơi gợi được đam mê NCKH trong sinh viên.

Mức độ hài lòng của các BLQ chưa được phân tích, đối sánh một cách hệ thống. Việc thực hiện cải tiến chất lượng trên cơ sở đáp ứng yêu cầu của các BLQ chưa được giám sát, thực hiện đồng bộ.

Kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn 11:

Có 5/5 tiêu chí đạt điểm 5, Mức trung bình là 5,00, Số tiêu chí đạt: 5, tỉ lệ số tiêu chí đạt (%): 100%.

Phần 3

KẾT LUẬN

3.1. Tóm tắt những điểm mạnh và những điểm cần phát huy của CTĐT

3.1.1. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Mục tiêu CTĐT ngành Marketing xác định rõ ràng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội về lĩnh vực thương mại, marketing. Mục tiêu CTĐT ngành Marketing được xây dựng phù hợp với tầm nhìn sứ mạng của Trường và mục tiêu của Giáo dục đại học. CDR ngành Marketing được xác định rõ ràng, súc tích, phản ánh được mục tiêu của CTĐT, đảm bảo khối lượng kiến thức và kỹ năng NH cần đạt được sau khi hoàn thành CTĐT. CDR được xây dựng, rà soát, bổ sung, điều chỉnh, hoàn thiện định kỳ theo quy định của Trường, trong đó có tiếp thu các ý kiến phản hồi của các BLQ trong và ngoài trường nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn lực của ngành Marketing.

3.1.2. Bản mô tả chương trình đào tạo

Các thông tin trong bản mô tả CTĐT ngành Marketing được thể hiện đầy đủ và tường minh; Bản mô tả CTĐT ngành Marketing luôn cập nhật những vấn đề theo các xu hướng đào tạo và nghiên cứu mới của các đơn vị đào tạo trong nước phù hợp nhu cầu của thị trường lao động về lĩnh vực thương mại, marketing. Đề cương các HP của ngành Marketing thể hiện đầy đủ các thông tin, thể hiện rõ các mức độ giảng dạy tương ứng với các trình độ năng lực mà NH cần đạt được sau khi học xong HP; Tất cả các đề cương HP được rà soát, đánh giá và điều chỉnh định kỳ hằng năm. Đặc biệt, các CDR của HP được rà soát lại để có thể lượng hóa chính xác mức độ đáp ứng CDR của CTĐT, đồng thời phương pháp dạy và học được chi tiết hóa theo CDR. Bản mô tả CTĐT và đề cương các HP ngành Marketing được công bố công khai rộng rãi bằng nhiều hình thức khác nhau tạo điều kiện cho BLQ dễ dàng tiếp cận và sử dụng.

3.1.3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

CTDH ngành Marketing được thiết kế dựa trên các yêu cầu của CDR về kiến thức, kỹ năng và mức tự chủ, tự chịu trách nhiệm NH. Khoa đã chú trọng tới tính logic của các HP trong chương trình dạy học. Đồng thời, Khoa đã lựa chọn tổ hợp các phương pháp giảng dạy, học tập, phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của NH của tất cả các HP trong CTĐT hợp lý, phù hợp và linh hoạt góp phần đạt CDR và có thể đo lường và đánh giá được. Nội dung chi tiết của từng HP trong CTDH và toàn bộ đề cương HP của ngành Marketing được thiết kế theo quy trình, biểu mẫu rõ ràng và dựa trên CDR. Qua ma trận các HP, ma trận kỹ năng cũng như qua việc lựa chọn các phương pháp giảng dạy, kiểm tra đánh giá của GV, Khoa đã thể hiện sự đóng góp cụ thể, rõ ràng của các HP để đạt được CDR của CTĐT ngành Marketing. CTDH ngành Marketing có cấu trúc hợp lý và hiện đại theo hướng tích

hợp, các HP trong CTDH được sắp xếp theo trình tự logic từ kiến thức đại cương đến kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành, lý thuyết đến thực hành, được định kỳ rà soát, cập nhật. Khi điều chỉnh có tham khảo các CTDH của các trường ĐH trong nước về thời gian đào tạo, số tín chỉ của các khối kiến thức để cải tiến và đảm bảo tính hiện đại.

3.1.4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Văn bản về Triết lý giáo dục của Trường được xây dựng và tuyên bố rõ ràng, được phổ biến rộng rãi tới các các BLQ trong và ngoài trường trên các phương tiện truyền thông. Khoa Thương mại đã xây dựng một tổ hợp các hoạt động giảng dạy và học tập đa dạng, triển khai hiệu quả để đạt CDR môn học và CTĐT, giúp NH tiếp thu và rèn luyện năng lực chuyên môn; Xây dựng cổng thông tin học tập trực tuyến nhằm hỗ trợ tối đa cho NH, kết hợp giữa mô hình truyền thống và phương thức đào tạo trực tuyến; NH thể hiện sự hài lòng với các phương pháp giảng dạy của GV. Trường và Khoa có nhiều hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm như kỹ năng tư duy sáng tạo và quản lý thời gian, kỹ năng thuyết trình, đặc biệt là khả năng tự nghiên cứu, khả năng liên hệ thực tiễn, phân tích tổng hợp góp phần nâng cao khả năng học tập suốt đời của NH.

3.1.5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Trường có ban hành và công bố công khai các quy định, quy trình, biểu mẫu liên quan đến hoạt động khảo thí; Khoa có tài liệu hướng dẫn chung cách tính điểm HP và điểm quá trình cho tất cả các môn học lý thuyết và thực hành; Đề cương các HP thể hiện rõ việc thực hiện đánh giá sự tương thích giữa phương pháp kiểm tra đánh giá với mức độ đạt được CDR của CTĐT. Tài liệu hướng dẫn chung cách tính điểm HP và điểm quá trình cho tất cả các HP được GV phổ biến trực tiếp tại lớp ở buổi học đầu tiên. Các phương pháp và hình thức kiểm tra đánh giá KQHT của NH đa dạng, thực hiện nghiêm túc, theo đúng quy trình, đảm bảo sự khách quan, chính xác, công bằng và phù hợp với hình thức đào tạo của ngành Marketing; Các tiêu chí kiểm tra, đánh giá KQHT của NH phân định rõ mức độ đạt, mức độ không đạt đảm bảo độ tin cậy. Các công việc được quy trình hóa để đảm bảo tính thống nhất từ khâu ra đề thi đến công bố kết quả. Trong giai đoạn tự đánh giá, không có tình trạng khiếu nại, phản nân của NH về sự thiếu công bằng, minh bạch trong sử dụng các phương pháp đánh giá KQHT. Trường có hệ thống phần mềm quản lý điểm hiện đại giúp cho việc phản hồi, công bố KQHT cho NH kịp thời, thuận tiện và giúp NH sắp xếp việc học tập, nghiên cứu của mình. NH dễ dàng tiếp cận với quy trình khiếu nại về KQHT của mình thông qua hệ thống văn bản, quy định của Trường ban hành. Khoa và GV đã giải quyết các khiếu nại về KQHT kịp thời và thỏa đáng trong suốt quá trình NH tham gia học tập tại Trường dưới mọi hình thức.

3.1.6. Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Công tác quy hoạch, tuyển dụng, bổ nhiệm GV của Trường được thực hiện theo kế hoạch, có quy trình và tiêu chuẩn cụ thể, rõ ràng. Khối lượng công việc của GV đều được đo lường, giám sát và đánh giá kết quả thực hiện vào cuối năm công tác. Đội ngũ GV của chương trình đạt trình độ chuyên môn cao, có kinh nghiệm nhiều năm trong nghề và sẵn sàng thực hiện các hoạt động giảng dạy, NCKH và PVCĐ. Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV được phổ biến và thông báo công khai. Các GV được tuyển dụng, lựa chọn đều đáp ứng các tiêu chí của Trường. Trường, khoa có cơ chế hỗ trợ, khuyến khích GV tham gia các chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ và các khóa đào tạo ngắn hạn. Các hoạt động triển khai các khóa đào tạo, tập huấn cho GV nhanh chóng, hiệu quả. Đa số GV tham gia giảng dạy CTĐT chuyên ngành Marketing trình độ đại học đều vượt định mức quy định cụ thể về khối lượng công việc, GV đạt nhiều thành tích và danh hiệu thi đua trong công tác. Đội ngũ GV tham gia nhiều loại hình nghiên cứu khác nhau gồm: đề tài khoa học cấp cơ sở; xuất bản các bài báo khoa học trong các hội thảo trong nước và quốc tế.

3.1.7. Đội ngũ nhân viên

Đội ngũ cán bộ hỗ trợ đảm bảo về số lượng, có năng lực chuyên môn phù hợp với nhiệm vụ công việc. Việc đánh giá hiệu quả thực hiện công việc cũng như chế độ khen thưởng cho đội ngũ NV được thực hiện dân chủ, công bằng, tạo động lực và kích thích tinh thần làm việc trong NV.

3.1.8. Chất lượng người học và hoạt động hỗ trợ người học

Chính sách tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn người học được công bố công khai, cập nhật thường xuyên và thực hiện đúng theo qui chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT. Từ khi nhập học đến khi kết thúc quá trình học tập, NH luôn được tư vấn, hỗ trợ kịp thời để giải quyết những khó khăn gặp phải, một hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện đã được xây dựng và công bố công khai, khối lượng học tập được phân bổ đồng đều giữa các năm giúp NH không bị quá tải ở một học kỳ. Trường cấp học bổng cho những NH có thành tích học tập và rèn luyện đạt tiêu chuẩn quy định của Trường. Có môi trường tâm lý xã hội tích cực, cảnh quan xung quanh xanh, sạch, đẹp để phát huy sự sáng tạo và sự thoải mái trong tâm trí NH.

3.1.9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Khoa Thương mại, Trường quan tâm, hỗ trợ và tạo điều kiện về CSVC, trang thiết bị, tài liệu tham khảo phục vụ cho hoạt động giảng dạy và nghiên cứu. Bên cạnh đó, Khoa cũng nỗ lực trong việc đầu tư hệ thống CSVC, môi trường làm việc và học tập trong Khoa góp phần cải thiện và nâng cao chất lượng đào tạo. Đồng thời, Khoa thường xuyên cập nhật thông tin từ Trường để thông báo cho GV và NH về việc khám sức khỏe định kì theo quy định y tế học đường, đảm bảo điều kiện làm việc,

học tập lành mạnh, an toàn trong khuôn viên Trường.

3.1.10. Nâng cao chất lượng

Việc thực hiện thiết kế, và phát triển CTDH được thực hiện định kỳ và theo quy trình cụ thể, đảm bảo kiểm soát tốt các yêu cầu về chất lượng thiết kế chương trình, được đánh giá và cải tiến theo nhu cầu xã hội. Quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của NH được rà soát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CDR. Khoa Thương mại có tổ chức hội thảo khoa học thường niên. Các kết quả NCKH được sử dụng để cải tiến việc dạy và học. Tổ chức điều tra, khảo sát, lấy ý kiến phản hồi của các BLQ và giám sát hoạt động cải tiến chất lượng.

3.1.11. Kết quả đầu ra

Sinh viên ngành Marketing có tỉ lệ tốt nghiệp tương đối cao, tỷ lệ thôi học tương đối thấp, thời gian tốt nghiệp trung bình của NH nằm trong khung thời gian thiết kế của CTĐT. Khoa có tìm hiểu nguyên nhân NH tốt nghiệp muộn và tìm các biện pháp hỗ trợ NH. Khoa có khảo sát NH tốt nghiệp về cải thiện cơ hội việc làm sau tốt nghiệp trong thời gian đánh giá và đề xuất các biện pháp khắc phục. Khoa và Trường có theo dõi, giám sát và đối sánh NH tốt nghiệp của các năm có việc làm. Đồng thời, tạo điều kiện tốt nhất giúp NH đáp ứng yêu cầu về chuyên môn và các kỹ năng khác. Đặc biệt NH được tham gia kỳ thực tập và kiến tập chuyên ngành tại các doanh nghiệp.

3.2. Tóm tắt những điểm tồn tại và những vấn đề cần cải tiến chất lượng của CTĐT

3.2.1. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Việc rà soát, điều chỉnh và cập nhật mục tiêu chưa được kỹ lưỡng về tính phù hợp với nhu cầu xã hội hiện nay; Khoa mới thực hiện rà soát và điều chỉnh CDR của CTĐT theo hướng dẫn, quy định của Trường mà chưa chủ động tiến hành công việc này theo từng năm học. Sự gắn kết giữa Khoa Thương mại và NTD để nắm bắt nhu cầu từ phía NTD còn hạn chế.

3.2.2. Bản mô tả chương trình đào tạo

CTĐT và đề cương các HP cần được xây dựng, điều chỉnh, cập nhật, bổ sung trên cơ sở đối sánh và công khai đầy đủ với các BLQ. Ngoài ra, hoạt động cập nhật xu hướng và CTĐT ngành Marketing với các đơn vị đào tạo ngoài nước, tổ chức quốc tế chưa được chú trọng triển khai.

3.2.3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

Hoạt động ghi nhận sự phản hồi của NTD khi tham gia trong CTDH chưa được thể hiện đầy đủ. Khoa mới phân tích, đánh giá việc NH có đạt được CDR hay không dựa vào KQHT từng HP, chưa tổ chức phân tích đánh giá một cách bài bản ở

góc độ CTDH. Có đối sánh CTDH với các trường khác, tuy nhiên chưa phân tích sâu về việc sử dụng thông tin phản hồi từ sau đối sánh để cải thiện CTDH. Có đối sánh CTDH với các trường ĐH trong nước tuy nhiên chưa tiếp cận với CTĐT quốc tế.

3.2.4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Trường chưa đánh giá được mức độ nhận thức của các BLQ về triết lý giáo dục của Trường. Chưa thường xuyên đánh giá chất lượng chuyên môn công tác giảng dạy của GV. Chưa sử dụng tối đa và hiệu quả hệ thống ứng dụng Zoom được tích hợp trên Egov trong quá trình dạy và học. Một số chương trình, hoạt động học thuật cho NH của Khoa bị ngưng do ảnh hưởng của dịch Covid chưa khởi động lại hoặc triển khai còn chậm.

3.2.5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra, đánh giá chỉ mới thực hiện ở một số HP, chưa được áp dụng thực hiện đối với các HP chuyên ngành. Khoa chưa đa dạng hóa các hình thức đánh giá, khâu tổ chức để tạo thuận lợi và linh hoạt cho NH trong tình hình mới. Hiện tại, các kênh thông tin truyền tải đến NH về các quy định đánh giá KQHT của NH cần được phổ biến rộng rãi để đảm bảo 100% NH có thể cập nhật kịp thời. Việc đổi mới phương thức kiểm tra đánh giá việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra đánh giá các HP của ngành ĐG còn hạn chế.

3.2.6. Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Kế hoạch phát triển Khoa chưa thể hiện rõ việc quy hoạch đội ngũ GV cho hoạt động PVCĐ. Việc đo lường các nhiệm vụ PVCĐ chưa có những tiêu chí cụ thể. Việc tuyển dụng GV đáp ứng tiêu chí đúng chuyên ngành được đào tạo thường gặp khó khăn. Việc đánh giá GV cuối năm còn thực hiện thủ công. Khoa chưa có các kế hoạch dài hạn về nâng cao năng lực thiết kế đề cương HP, chọn lựa tổ hợp phương pháp dạy học và phương pháp đánh giá tương thích CDR cho đội ngũ GV, chưa đánh giá hiệu quả sau mỗi khóa/đợt tập huấn/ đào tạo hoặc sau mỗi đợt cử người đi tập huấn/đào tạo. Việc quản trị công việc của CB, GV, NV về hoạt động PVCĐ còn chưa rõ nét như hoạt động đào tạo và NCKH. Đánh giá việc thực hiện giờ NCKH của mỗi GV so với định mức hằng năm (5 năm); việc tham gia vào hoạt động NCKH của GV chưa đồng đều trong toàn bộ GV của Khoa, chỉ tập trung vào một số rất ít GV. Công bố khoa học quốc tế còn khiêm tốn; chưa thực hiện đề tài cấp Bộ/Tỉnh; đề tài cấp Trường còn khiêm tốn.

3.2.7. Đội ngũ nhân viên

Cán bộ hỗ trợ NH Khoa Thương mại là cán bộ kiêm nhiệm, không được đào tạo bài bản nên còn lúng túng trong việc giải quyết một số tình huống. Trong công tác tuyển dụng và luân chuyển thì những văn bản qui định tương đối chung chung, chưa lượng hóa cụ thể về các chức danh, cán bộ được luân chuyển. Việc đánh giá

chất lượng luân chuyển đối với đội ngũ cán bộ còn một số điểm hạn chế, chưa tổ chức khảo sát ý kiến của các BLQ về các tiêu chí tuyển dụng, bổ nhiệm và điều chuyển NV. Năng lực chuyên môn, ngoại ngữ, tin học của cán bộ hỗ trợ ở các đơn vị chưa đồng đều. Mức hài lòng chung của toàn trường chưa cao. Trường tổ chức nhiều khóa tập huấn nhưng vẫn còn ít tập huấn về nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ đúng vị trí việc làm cho các cán bộ hỗ trợ. Lịch công tác hàng tuần của đội ngũ NV chưa cụ thể nên gây khó khăn trong việc giám sát. Chưa có báo cáo công việc hàng tuần để nâng cao hiệu quả công việc.

3.2.8. Chất lượng người học và hoạt động hỗ trợ người học

Trường và Khoa chưa cập nhật được đầy đủ và chi tiết nguồn nguồn nhân lực cũng như chính sách thu hút thí sinh giỏi và hỗ trợ thí sinh có hoàn cảnh khó khăn... Hoạt động tuyển sinh của Khoa chưa được đẩy mạnh, chưa có bộ phận chuyên trách về hoạt động tuyển sinh nên việc sử dụng đa dạng các phương tiện thông tin, cũng như việc xây dựng các phương pháp tuyển chọn NH của Khoa chưa đạt hiệu quả. Hoạt động tư vấn NH tham gia NCKH của Khoa còn hạn chế nên số lượng NH tham gia NCKH của Khoa còn khiêm tốn.

3.2.9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

CSVC, trang thiết bị vẫn còn một số tồn tại như: Thiết bị phục vụ chuyên ngành chưa nhiều, mạng wifi chưa đủ mạnh, việc trang bị CSVC cho người khuyết tật chưa được chú trọng.

3.2.10. Nâng cao chất lượng

Dữ liệu giám sát, đánh giá quá trình thực hiện hỗ trợ và tiện ích chưa được tập hợp theo hệ thống. Việc xây dựng mới một CTĐT, Khoa chưa khảo sát nhu cầu xã hội của ngành học mang tính định lượng; Chưa đổi chiều CTDH mang tính quốc tế. Chưa đối sánh được ý kiến của các BLQ.

3.2.11. Kết quả đầu ra

Mặc dù Trường và Khoa đã có hệ thống giám sát tỷ lệ NH tốt nghiệp và thôi học, tình hình NH tốt nghiệp ra trường có việc làm qua các năm nhưng chưa có hệ thống cập nhật lý do thôi học của NH; lý do NH chưa có việc làm hoặc chưa tìm được việc đúng chuyên ngành, thống kê, theo dõi chưa được thực hiện khoa học, chưa truy suất được ngay khi cần số liệu. Hoạt động NCKH của NH còn yếu, chưa khơi gợi được đam mê NCKH trong NH. Mức độ hài lòng của các BLQ chưa được phân tích, đối sánh một cách hệ thống. Việc thực hiện cải tiến chất lượng trên cơ sở đáp ứng yêu cầu của các BLQ chưa được giám sát, thực hiện đồng bộ.

3.3. Tóm tắt các kế hoạch cải tiến chất lượng CTĐT

Khoa phối hợp với TT.QLCL, phòng Đào tạo, Trung tâm TS&TT... xây dựng kế hoạch thu thập ý kiến các BLQ có chú trọng đến việc đa dạng đối tượng khảo sát

và số lượng phiếu khảo sát thu về trong mỗi khảo sát để đảm bảo độ tin cậy và tăng cường lấy ý kiến thông qua tổ chức hội thảo về CTĐT. Đồng thời đối sánh với các chương trình quốc tế để tăng khả năng thích ứng của NH trong quá trình hội nhập.

Khi điều chỉnh CTĐT cần xác định số lượng đối tượng lấy ý kiến của các BLQ bảo đảm thông tin thu thập đủ độ tin cậy. Đồng thời, Khoa Thương mại sẽ phối hợp với các phòng ban chức năng như phòng Đào tạo, Trung tâm TS&TT, TT.QLCL... tổ chức các buổi hội thảo khoa học thường xuyên theo định kỳ cùng với các BLQ để đánh giá, rà soát điều chỉnh CTĐT sao cho phù hợp với tình hình thực tiễn xã hội. Đồng thời, nên tham khảo CTĐT của các nước khác để đối sánh nhằm tiếp cận trình độ quốc tế. Xây dựng thêm các kênh thông tin tiếp nhận ý kiến đóng góp từ các cựu NH về đề cương HP để việc cập nhật đề cương ngày càng hoàn chỉnh hơn.

Công khai bản mô tả CTĐT thông qua hội cựu NH, đơn vị doanh nghiệp, đồng thời xây dựng cơ chế đánh giá mức tiếp cận của các BLQ. Lên kế hoạch khảo sát các đối tượng có liên quan (đặc biệt là NTD) rộng rãi hơn, từ đó ra các quyết định lựa chọn cách thức phổ biến thông tin hiệu quả hơn, đáp ứng nhu cầu. Xây dựng bản mô tả CTDH độc lập, chi tiết và ngắn gọn để tiến hành lấy ý kiến của các BLQ. Xây dựng kế hoạch và thực hiện phân tích đánh giá việc đạt được CDR của CTĐT một cách hệ thống. Mở rộng và đa dạng góp ý các BLQ, đặc biệt là lấy ý kiến của các NTD. Đồng thời Khoa/Bộ môn cũng nâng cao chất lượng công tác đối sánh, sử dụng kết quả đối sánh để cải thiện CTDH.

Tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện triết lý giáo dục, và cần điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh đang thay đổi nhanh chóng. Mặt khác sẽ xây dựng cơ chế đánh giá nhận thức của các BLQ về triết lý giáo dục. Khoa xây dựng quy trình và tiêu chí đánh giá chất lượng chuyên môn công tác giảng dạy của GV. Tăng cường dự giờ đồng nghiệp và tổ chức các buổi tọa đàm trong tổ bộ môn cũng như toàn khoa nhằm trao đổi phương pháp giảng dạy cũng như kinh nghiệm giảng dạy. Ứng dụng thêm các phương pháp giảng dạy mới như phương pháp dạy học hợp tác, dạy học khám phá... để tăng tính chủ động của NH trong tiếp cận và lĩnh hội kiến thức. Kết hợp giữa dạy học trực tuyến và dạy học trực tiếp một cách linh hoạt, nhất là các học phần thực hành nghiệp vụ chỉ phù hợp với các phương pháp dạy học trực tiếp. Khoa kết hợp với phòng Đào tạo sắp xếp thời khóa biểu các môn học lí thuyết và thực hành một cách hợp lý và hiệu quả.

Thực hiện việc hướng dẫn GV thực hiện đổi hình thức đánh giá so với hình thức công bố trong đề cương HP, nhằm thích ứng với tình hình hiện nay. Đồng thời ứng dụng CNTT trong kiểm tra đánh giá HP. Tiến hành xây dựng quy trình và các kênh thông tin truyền tải thông tin đến NH về các quy định đánh giá KQHT của NH một cách khoa học và đồng bộ hơn. Đồng thời nhắc nhở GV thực hiện một cách đầy

đủ, thống nhất. Tiếp tục đẩy mạnh việc đổi mới phương pháp đánh giá KQHT. Khuyến khích GV phản hồi KQHT thông qua các bài kiểm tra thi đánh giá quá trình kịp thời đến NH. Bổ sung các quy định cụ thể về phương pháp và thang đánh giá vào các văn bản quy định thi, KTĐG.

Xây dựng đồng bộ kế hoạch về phát triển đội ngũ GV của Khoa, của Trường để đảm bảo tính liên tục theo thời gian, chiến lược phát triển Trường và đội ngũ GV, lập kế hoạch mời giảng viên nước ngoài tham gia giảng dạy. Tiến hành xây dựng các tiêu chí đánh giá mang tính định lượng trong việc thực hiện các nhiệm vụ PVCD và nhiệm vụ chuyên môn khác của GV. Cụ thể hóa tiêu chí tuyển dụng GV đảm bảo đúng yêu cầu tuyển dụng về chuyên ngành được đào tạo để đáp ứng ngay được yêu cầu của CTĐT. Cải tiến và áp dụng CNTT (như sử dụng các form mẫu được định sẵn công thức, sử dụng link liên kết để thuận tiện trong việc tổng hợp và đánh giá) trong đánh giá điểm GV cuối năm. Xây dựng kế hoạch dài hạn về nâng cao năng lực thiết kế đề cương HP, chọn lựa tổ hợp phương pháp dạy học và phương pháp đánh giá tương thích CDR cho đội ngũ GV. Tiến hành đánh giá hiệu quả sau mỗi khóa/đợt tập huấn/đào tạo hoặc sau mỗi đợt cử người đi tập huấn/ đào tạo và sử dụng kết quả này để hoạch định và triển khai kế hoạch tiếp theo.

Trường tiếp tục duy trì các chính sách về chế độ thi đua khen thưởng để tạo động lực cho GV tích cực tham gia NCKH và các hoạt động PVCD. Xây dựng chính sách về cơ chế phối hợp nghiên cứu, đăng tải công trình nghiên cứu giữa các tổ bộ môn và các GV của Khoa. Khoa xác định các hướng nghiên cứu, lựa chọn các đối tác hợp tác để đồng thực hiện các nhóm đề tài nghiên cứu các cấp nhằm tăng số lượng và chất lượng nghiên cứu. Khoa có kế hoạch lan tỏa hoạt động NCKH hơn nữa tới toàn thể GV của Khoa bằng nhiều hình thức (tổ chức nhiều buổi sinh hoạt NCKH, phân công các GV có kinh nghiệm và năng lực NCKH hỗ trợ và cùng NCKH...). Xây dựng kế hoạch tập trung nguồn lực đầu tư, có chính sách khuyến khích, thúc đẩy và có chế tài bắt buộc mạnh hơn nữa để GV của Khoa tích cực NCKH, tham gia các đề tài, dự án của các cấp; hỗ trợ tương xứng cho các GV công bố sản phẩm khoa học ngoài nước.

Đưa ra các yêu cầu cụ thể hơn để lịch công tác hàng tuần của đội ngũ NV rõ ràng và chi tiết hơn, thuận lợi cho công tác giám sát, quản lý. Tăng cường thêm GV tham dự các lớp tập huấn nghiệp vụ hỗ trợ NH để giải quyết tốt và linh hoạt hơn các vấn đề của NH. Lượng hóa cụ thể hơn và thường xuyên đánh giá hiệu quả của công tác bổ nhiệm, điều chuyển. Công khai những quy định về đào tạo đối với cán bộ nằm trong qui hoạch để những cán bộ còn lại có hướng tiếp cận và đào tạo bản thân phù hợp với yêu cầu luân chuyển, bổ nhiệm. Xác định nhu cầu về đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ NV, đề xuất chính sách để Trường

tăng cường hỗ trợ cho NV đi học nâng cao, trình độ, ngoại ngữ và tin học.

Trường tiếp tục sử dụng đa dạng các phương tiện thông tin nhằm phổ biến rộng rãi chính sách tuyển sinh, đồng thời đẩy mạnh công tác tư vấn tuyển sinh ở các địa phương xa xôi. Khoa Thương mại sẽ thay đổi và bổ sung hình ảnh và thông tin về ngành đào tạo trong các thông tin tuyển sinh, nhằm quảng bá thu hút các thí sinh đăng ký dự tuyển vào ngành Marketing. Khoa Thương mại sẽ chủ động tham gia vận động các BLQ cho ý kiến về tiêu chí và phương pháp tuyển sinh của ngành Marketing theo yêu cầu của Trường. Khoa sẽ phân công cụ thể việc tổng hợp và báo cáo dữ liệu về KQHT và rèn luyện của NH theo từng học kỳ từ dữ liệu theo dõi của các GV CVHT, để từ đó có những biện pháp hỗ trợ kịp thời cho NH cải thiện KQHT và rèn luyện.

Trường và khoa Thương mại tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa các dịch vụ hỗ trợ NH. Tổ chức nhiều hoạt động ngoại khóa, hoạt động phong trào, các cuộc thi... nhằm bồi dưỡng, nâng cao các kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp cho NH. Hằng năm, khoa sẽ xây dựng các định hướng NCKH thiết thực; chỉ đạo các Bộ môn tổ chức các hoạt động, các cuộc thi tìm hiểu, NCKH để thu hút sự quan tâm và tham gia của NH vào hoạt động NCKH.

Trường tiếp tục đầu tư CSVC kĩ thuật, trang thiết bị phục vụ việc giảng dạy và học tập. Đồng thời, để khắc phục những điểm còn tồn tại, Trường cần tiếp tục cải tạo nâng cấp đồng bộ CSVC, chú trọng về chất lượng các công trình và trang thiết bị. Đẩy nhanh kế hoạch xây dựng/cải tạo để tăng không gian cho NH thực hiện các hoạt động ngoại khóa.

Khoa sẽ đề xuất Thư viện mua thêm một số đầu sách chuyên ngành trong nước và nước ngoài dựa trên ngân quỹ của Khoa và Trường để GV và NH trong Khoa có thể tiếp cận nguồn học liệu hiện đại, cập nhật. Song song đó, Khoa tiến hành biên soạn giáo trình giảng dạy cho NH dựa trên tài liệu tiên tiến của nước ngoài theo CĐR. Khoa sẽ rà soát toàn bộ tài liệu chính trong đề cương các HP ngành Marketing và đề xuất Trường trang bị đầy đủ.

Trường tiếp tục hoàn thiện CSVC nhằm tăng thêm phòng nghiên cứu chuyên sâu cho ngành Marketing. Đồng thời Khoa tiếp tục mua các thiết bị chuyên ngành và giảm bớt thủ tục để GV có thể sử dụng thiết bị dạy học và nghiên cứu mới của Trường. Trường nâng cấp hệ thống wifi phủ sóng mạnh trong toàn trường nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng của tất cả NH. Trường hoàn thiện cảnh quan trong khuôn viên cơ sở chính của Trường và có nhiều tiện ích đáp ứng CSVC cho người khuyết tật được tốt hơn nữa.

Khoa sẽ chú trọng công tác thu thập từ đối tượng NTD, cựu NH, chuyên gia, đảm bảo độ tin cậy CSDL để làm căn cứ thiết kế và phát triển CTDH một cách hệ

thống, bài bản hơn. Khảo sát mang tính định lượng về nhu cầu xã hội khi xây dựng CTĐT mới; Thực hiện việc đối chiếu CTDH mang tính quốc tế. Nhà trường nâng cấp phần mềm kiểm tra đánh giá và thiết kế, biên soạn ngân hàng câu hỏi thi và cấu trúc đề thi tương thích CDR. Đẩy mạnh và triển khai nhanh và đồng bộ việc sử dụng kết quả NCKH để cải tiến hoạt động dạy-học giữa các bộ môn và giữa các GV. Khoa xây dựng kế hoạch và chính sách khuyến khích NH tham gia NCKH nhiều hơn.

Trường sẽ tăng cường cải tiến chất lượng dịch vụ hỗ trợ và tiện ích trên cơ sở kết quả giám sát, đánh giá; đồng thời tiến hành tập hợp dữ liệu khảo sát, đánh giá chất lượng dịch vụ hỗ trợ một cách có hệ thống, ưu tiên sử dụng CNTT và khảo sát trực tuyến. TT.QLCL sẽ tiến hành đối sánh ý kiến các BLQ về chất lượng khóa học; đồng thời đánh giá và cải tiến cơ chế tiếp nhận phản hồi của các BLQ.

Tiến hành tổng hợp nguyên nhân thôi học và tỉ lệ thôi học một cách hệ thống; từ đó phân tích và đề xuất giải pháp giảm thiểu tỉ lệ thôi học. Khoa Thương mại thực hiện việc đối sánh về tỉ lệ tốt nghiệp, thôi học của CTĐT ngành Marketing cùng với CTĐT của các trường ĐH khác. Phòng Đào tạo cùng với Khoa phải tiến hành tổng kết, đánh giá hiệu quả các giải pháp hỗ trợ NH tốt nghiệp trong thời gian quy định.

3.4. Tổng hợp kết quả TĐT CTĐT

Bảng tổng hợp kết quả TĐG CTĐT ngành Marketing trình độ đại học

(Theo Thông tư số 04/2016/TT-BGDDT ngày 14/3/2016 của Bộ Giáo dục và Đào tạo)

Tên cơ sở giáo dục: Trường Đại học Công Thương TP Hồ Chí Minh

Mã: DCT

Tên CTĐT: Marketing

Mã CTĐT: 7340115

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	1	2	3	4	5	6	7			
Tiêu chuẩn 1								4,33	3	100
Tiêu chí 1.1					5					
Tiêu chí 1.2				4						
Tiêu chí 1.3				4						
Tiêu chuẩn 2								5,00	3	100
Tiêu chí 2.1					5					
Tiêu chí 2.2					5					
Tiêu chí 2.3					5					
Tiêu chuẩn 3								5,00	3	100
Tiêu chí 3.1					5					
Tiêu chí 3.2					5					
Tiêu chí 3.3					5					
Tiêu chuẩn 4								5,00	3	100
Tiêu chí 4.1					5					
Tiêu chí 4.2					5					
Tiêu chí 4.3					5					
Tiêu chuẩn 5								5,00	5	100
Tiêu chí 5.1					5					
Tiêu chí 5.2					5					
Tiêu chí 5.3					5					
Tiêu chí 5.4					5					
Tiêu chí 5.5					5					
Tiêu chuẩn 6								4,86	7	100
Tiêu chí 6.1					5					
Tiêu chí 6.2					5					
Tiêu chí 6.3					5					
Tiêu chí 6.4					5					
Tiêu chí 6.5				4						
Tiêu chí 6.6					5					
Tiêu chí 6.7					5					
Tiêu chuẩn 7								5,00	5	100
Tiêu chí 7.1					5					
Tiêu chí 7.2					5					
Tiêu chí 7.3					5					
Tiêu chí 7.4					5					
Tiêu chí 7.5					5					



Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	❶	❷	❸	❹	❺	❻	❼			
Tiêu chuẩn 8								5,00	5	100
Tiêu chí 8.1					5					
Tiêu chí 8.2					5					
Tiêu chí 8.3					5					
Tiêu chí 8.4					5					
Tiêu chí 8.5					5					
Tiêu chuẩn 9								5,00	5	100
Tiêu chí 9.1					5					
Tiêu chí 9.2					5					
Tiêu chí 9.3					5					
Tiêu chí 9.4					5					
Tiêu chí 9.5					5					
Tiêu chuẩn 10								5,00	6	100
Tiêu chí 10.1					5					
Tiêu chí 10.2					5					
Tiêu chí 10.3					5					
Tiêu chí 10.4					5					
Tiêu chí 10.5					5					
Tiêu chí 10.6					5					
Tiêu chuẩn 11								5,00	5	100
Tiêu chí 11.1					5					
Tiêu chí 11.2					5					
Tiêu chí 11.3					5					
Tiêu chí 11.4					5					
Tiêu chí 11.5					5					
Đánh giá chung CTĐT								4,94	50	100

TP. Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 02 năm 2025

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
CÔNG THƯƠNG
TP. HỒ CHÍ MINH



NGUYỄN XUÂN HOÀN

Phần IV**PHỤ LỤC****Phụ lục I****CƠ SỞ DỮ LIỆU KIỂM ĐỊNH CHẤT LƯỢNG CTĐT**

Thời điểm báo cáo: Tính đến ngày 31/01/2025

I. Thông tin chung về cơ sở giáo dục

1. Tên cơ sở giáo dục (theo Quyết định thành lập)

Tiếng Việt: Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

Tiếng Anh: Ho Chi Minh City University of Industry and Trade

2. Tên viết tắt của cơ sở giáo dục

Tiếng Việt: DCT

Tiếng Anh: HUIT

3. Tên trước đây (nếu có): Trường Cao đẳng Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh; Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh

4. Cơ quan quản lý trực tiếp: Bộ Công Thương

5. Địa chỉ: 140 Lê Trọng Tấn, Phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú, TPHCM

6. Thông tin liên hệ: Điện thoại: (028) 38161673 E-mail: info@hufi.edu.vn

Website: <http://www.huit.edu.vn>

7. Năm thành lập cơ sở giáo dục (theo Quyết định thành lập):

- Năm 1982: Thành lập Trường Cán bộ Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh;
- Năm 1987: Trường được đổi tên thành Trường Trung học Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh theo quyết định số 25 CNTP/TCCB ngày 3/5/1987 của Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Thực phẩm;
- Năm 2001: Trường được nâng cấp lên Trường Cao đẳng Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh theo quyết định số 18/QĐ-BGD&ĐT -TCCB ngày 2/1/2001 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục & Đào tạo;
- Năm 2010: Trường chính thức trở thành Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh theo Quyết định số 284/QĐ-TTg, thành lập Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh của Thủ tướng Chính phủ;
- Năm 2023: Trường đổi tên thành Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh theo Quyết định số 789/QĐ-TTg ngày 01/7/2023 của Thủ tướng Chính phủ.

8. Thời gian bắt đầu đào tạo khóa I: Tuyển sinh khóa đầu tiên cho ngành Marketing vào năm 2021

9. Thời gian cấp bằng tốt nghiệp cho khoá I: 2024

10. Loại hình cơ sở giáo dục:

Công lập ☒

Bán công ☐

Dân lập ☐

Tư thực ☐

11. Loại hình khác (đề nghị ghi rõ).....

II. Thông tin chung về cơ sở giáo dục thực hiện chương trình đào tạo

12. Tên Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT (theo Quyết định thành lập)

Tiếng Việt: Khoa Thương mại/Bộ môn Marketing

Tiếng Anh: Faculty of Commerce/Department of Marketing

13. Tên viết tắt của Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT:

Tiếng Việt: TM

Tiếng Anh: FC

14. Tên trước đây (nếu có)

Tiếng Việt:

Tiếng Anh:

15. Mã CTĐT: 7340115

16. Tên trước đây của CTĐT (nếu có):

17. Địa chỉ của Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT: 140 Lê Trọng Tấn, phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh

18. Số điện thoại liên hệ: 02838163318 nhánh; Email: fc@huit.edu.vn
Website: https://fc.huit.edu.vn

19. Năm thành lập Khoa/Bộ môn (theo Quyết định thành lập): 2024

20. Thời gian bắt đầu đào tạo khóa I (của CTĐT): 2021-2022

21. Thời gian cấp bằng tốt nghiệp cho khóa I (của CTĐT): 2024

III. Giới thiệu khái quát về đơn vị thực hiện chương trình đào tạo

22. Khái quát về lịch sử phát triển, tóm tắt thành tích nổi bật của đơn vị thực hiện CTĐT

Khoa Thương mại, Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh được thành lập vào tháng 12 năm 2024. Đến nay, cùng với sự phát triển của Trường, Khoa Thương mại đã không ngừng phát triển về mọi mặt và luôn đặt chất lượng đào tạo lên hàng đầu. Khoa đang đào tạo đội ngũ trí thức có chuyên môn cao trong các lĩnh vực: Marketing, Thương mại điện tử, Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu nguồn nhân lực của xã hội.

- Các ngành, hệ đào tạo

Hiện nay, Khoa Thương mại đang quản lý hơn 3.000 NH thuộc các ngành đào tạo và hệ đào tạo như sau:

- Ngành đào tạo:

- + Marketing
- + Thương mại điện tử
- + Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng

- Các bậc đào tạo:

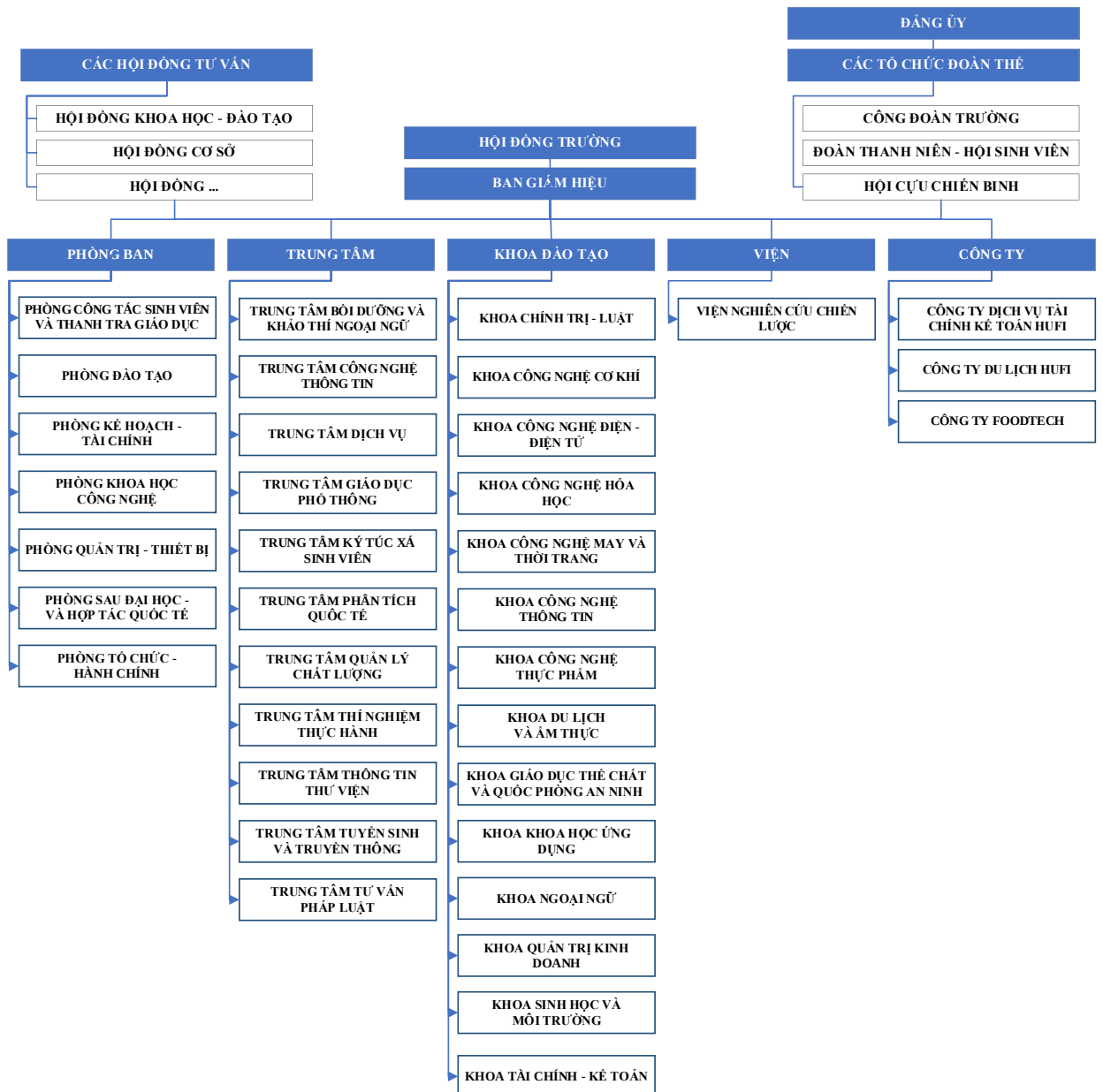
- + Đại học

23. Cơ cấu tổ chức hành chính của cơ sở giáo dục và đơn vị thực hiện CTĐT

Cơ cấu tổ chức hành chính của Khoa Thương mại



Cơ cấu tổ chức hành chính của trường ĐH Công Thương TP HCM



24. Danh sách Ban lãnh đạo cơ sở giáo dục và danh sách cán bộ lãnh đạo chủ chốt của đơn vị thực hiện CTĐT.

(*Riêng Ban lãnh đạo đơn vị thực hiện CTĐT ghi đầy đủ cả cấp trưởng, phó, còn lại các bộ phận khác chỉ ghi cấp trưởng*).

T T	Các bộ phận	Họ và tên	Năm sinh	Học vị, chức danh, chức vụ	Điện thoại	Email
	Ban lãnh đạo cơ sở giáo dục					
1	Đảng ủy	Nguyễn Xuân Hoàn	1972	PGS.TS, Hiệu trưởng	090364349 3	hoannx@huit. edu.vn
2	Ban giám hiệu	Nguyễn Xuân Hoàn	1972	PGS.TS, Hiệu trưởng	090364349 3	hoannx@huit. edu.vn
3	Ban giám hiệu	Lê Thị Hồng Ánh	1975	PGS.TS, Phó Hiệu Trưởng	098995016 5	anhlth@huit.e du.vn
4	Ban giám hiệu	Thái Doãn Thanh	1976	TS, Phó Hiệu Trưởng	098300373 6	thanhtd@huit. edu.vn
	Các phòng ban					
1.	Phòng Tổ chức – Hành chính	Bùi Chí Hiếu	1978	ThS – Trưởng phòng	091921757 9	hieubc@huit.e du.vn
2.	Phòng Kế hoạch – Tài chính	Phạm Xuân Đông	1975	Thạc sỹ - Trưởng phòng	090679777 2	dongpx@ huit.edu.vn
3.	Phòng Đào tạo	Nguyễn Thanh Nguyên	1968	Thạc sỹ - Phó trưởng phòng phụ trách phòng	090926875 8	nguyennt@ huit.edu.vn
4.	Phòng Công tác NH & Thanh tra	Phan Xuân Cường	1982	Tiến sỹ - Trưởng phòng	091953284 6	cuongpx@huit .edu.vn

T T	Các bộ phận	Họ và tên	Năm sinh	Học vị, chức danh, chức vụ	Điện thoại	Email
	giáo dục					
5.	Phòng Khoa học công nghệ	Nguyễn Thị Anh Thư	1982	Thạc sỹ - Phó trưởng phòng		thunta@huit.edu.vn
6.	Phòng Quản trị - Thiết bị	Dương Hồng Quân	1981	Tiến sỹ- Trưởng phòng	093342656 8	quandh@huit.edu.vn
	Đơn vị thực hiện CTĐT					
I.	Lãnh đạo chủ chốt của đơn vị					
1.	Trưởng khoa	Nguyễn Văn Ít	1975	PGS.TS – Trưởng khoa	0908813785	itnv@huit.edu.vn
II.	Các tổ chức Đảng, Đoàn TN, Công đoàn, Hội					
1.		Nguyễn Lương Ngân	1985	ThS – Phó tổ trưởng công đoàn	0936504504	ngannl@huit.edu.vn
III.	Các bộ môn					
1.	Bộ môn Marketing	Đỗ Văn Thắng	1973	Tiến sỹ - Trưởng Bộ môn	0908039418	thangdv@huit.edu.vn
2.	Bộ môn Thương mại điện tử	Bùi Quốc Việt	1986	Tiến sỹ - Trưởng Bộ môn	0973050355	vietbq@huit.edu.vn
3	Bộ môn Logictis và Quản lý chuỗi cung ứng	Nguyễn Hải Quang	1969	PGS. Tiến sỹ - Trưởng Bộ môn	0908196094	quangnh@huit.edu.vn

(Kéo dài Bảng biểu theo quy mô của đơn vị thực hiện CTĐT)

25. Các ngành/chuyên ngành đào tạo của đơn vị thực hiện CTĐT: 03

26. Số lượng chuyên ngành đào tạo tiến sĩ: 00

27. Số lượng chuyên ngành đào tạo thạc sĩ: 00

28. Số lượng ngành đào tạo đại học: 03

29. Số lượng ngành đào tạo cao đẳng: 00

30. Số lượng ngành (chuyên ngành) đào tạo khác (đề nghị nêu rõ):

(Đơn vị thực hiện CTĐT cần có cơ sở dữ liệu các ngành, chuyên ngành đào tạo theo bậc học để cung cấp thông tin cho mục 27).

31. Các loại hình đào tạo của đơn vị thực hiện CTĐT (đánh dấu x vào các ô tương ứng)

	Có	Không
Chính quy	☒	☐
Không chính quy	☐	☒
Từ xa	☐	☒
Liên kết đào tạo với nước ngoài	☐	☒
Liên kết đào tạo trong nước	☐	☒

Các loại hình đào tạo khác (nếu có, ghi rõ từng loại hình):

32. Tổng số các ngành đào tạo: 03

IV. Cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên của đơn vị thực hiện chương trình đào tạo

33. Thống kê số lượng cán bộ quản lý, giảng viên và nhân viên của đơn vị thực hiện CTĐT

TT	Phân loại	Nam	Nữ	Tổng số
I	Đội ngũ cơ hữu¹ <i>Trong đó:</i>			
I.1	Đội ngũ trong biên chế	12	10	22
I.2	Đội ngũ hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) và hợp đồng không xác định thời hạn	-	-	-
II	Các đối tượng khác Hợp đồng ngắn hạn (dưới 01 năm, bao gồm cả giảng viên thỉnh giảng ²)	-	-	-
	Tổng số	12	10	22

(Đơn vị thực hiện CTĐT cần có cơ sở dữ liệu về đội ngũ của đơn vị, bao gồm cả cơ hữu và hợp đồng ngắn hạn. Từ cơ sở dữ liệu lấy ra các thông tin trên).

¹ Đội ngũ cơ hữu là cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên trong biên chế và cán bộ hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) hoặc cán bộ hợp đồng không xác định thời hạn theo quy định của Luật lao động sửa đổi.

² Giảng viên thỉnh giảng là cán bộ ở các cơ quan khác hoặc cán bộ nghỉ hưu hoặc diện tự do được đơn vị thực hiện CTĐT mời tham gia giảng dạy theo những chuyên đề, khoá học ngắn hạn hoặc theo các học phần, thông thường được ký các hợp đồng thời vụ, hợp đồng ngắn hạn (dưới 1 năm) theo quy định của Luật lao động sửa đổi.

34. Thống kê, phân loại giảng viên

TT	Trình độ, học vị, chức danh	Số lượng GV	Giảng viên cơ hữu (GV)			GV thỉnh giảng trong nước	GV quốc tế
			GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn ³ trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Giáo sư, Viện sĩ	0	0	0	0	0	0
2	Phó Giáo sư	3	3	0	2	0	0
3	Tiến sĩ khoa học	0	0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	10	10	10	2	2	0
5	Thạc sĩ	11	11	11	0	2	0
6	Đại học	0	0	0	0	0	0
7	Cao đẳng	0	0	0	0	0	0
8	Trình độ khác	0	0	0	0	0	0
	Tổng số	24	24	22	2	2	0

(Khi tính số lượng các TSKH, TS thì không bao gồm những giảng viên vừa có học vị vừa có chức danh khoa học vì đã tính ở 2 dòng trên)

Tổng số giảng viên cơ hữu = Cột (3) - cột (7) - cột (8) = 22 người

Tỷ lệ giảng viên cơ hữu trên tổng số cán bộ cơ hữu: 95%

35. Quy đổi số lượng giảng viên của đơn vị thực hiện CTĐT theo quy định hiện hành của Bộ GDĐT (nếu đơn vị có giảng viên có trình độ TSKH nhưng không có học hàm thì tính ngang với Phó Giáo sư theo thứ tự như cột 3 trong Bảng 35).

Số liệu Bảng 35 được lấy từ Bảng 35 nhân với hệ số quy đổi (Ví dụ đối với cơ sở giáo dục đại học, học viện: áp dụng Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ trưởng Bộ GDĐT).

TT	Trình độ, học vị, chức danh	Hệ số quy đổi	Số lượng GV	GV cơ hữu			GV thỉnh giảng	GV quốc tế	GV quy đổi
				GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
	Hệ số quy đổi								
1	Giáo sư,	5,0	0	0	0	0	0	0	

³Hợp đồng dài hạn (sử dụng ở đây) bao gồm hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) và hợp đồng không xác định thời hạn.

TT	Trình độ, học vị, chức danh	Hệ số quy đổi	Số lượng GV	GV cơ hữu			GV thỉnh giảng	GV quốc tế	GV quy đổi
				GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
	Hệ số quy đổi								
	Viện sĩ								
2	Phó Giáo sư	3,0	3	3	0	2	0	0	9,0
3	Tiến sĩ khoa học	3,0	0	0	0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	2	10	10	0	2	2	0	22
5	Thạc sĩ	1	11	11	0	0	2	0	11,4
6	Đại học	0,3	0	0	0	0	0	0	0
	Tổng		24	24	22	2	2	0	0

Cách tính: Cột 10 = cột 3*(cột 5 + cột 6 + 0,3*cột 7 + 0,2*cột 8 + 0,2*cột 9)

36. Thống kê, phân loại giảng viên cơ hữu theo trình độ, giới tính và độ tuổi (số người):

TT	Trình độ/học vị	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Phân loại theo giới tính (ng)		Phân loại theo tuổi (người)				
				Na m	Nữ	< 30	30-40	41-50	51-60	> 60
1	Giáo sư, Viện sĩ	0	0%	0	0	0	0	0	0	0
2	Phó Giáo sư	3	12,5 %	3	0	0	0	1	2	0
3	Tiến sĩ khoa học	0	0%	0	0	0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	10	41,6 %	8	2	0	3	3	4	0
5	Thạc sĩ	11	45,8 3	6	5	1	8	2	0	0
6	Đại học	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Tổng	24	100 %	17	7	1	11	6	6	0

36.1. Tuổi trung bình của giảng viên cơ hữu: 41 tuổi

36.2. Tỷ lệ giảng viên cơ hữu có trình độ tiến sĩ trở lên trên tổng số giảng viên cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: 41,6%

36.3. Tỷ lệ giảng viên cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số giảng viên cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: 45,8%

37. Thống kê, phân loại giảng viên cơ hữu theo mức độ thường xuyên sử dụng ngoại ngữ và tin học cho công tác giảng dạy và nghiên cứu

TT	Tần suất sử dụng	Tỷ lệ (%) GV cơ hữu sử dụng ngoại ngữ và tin học	
		Ngoại ngữ	Tin học
1	Luôn sử dụng (trên 80% thời gian của công việc)	9,1	18,2
2	Thường sử dụng (trên 60-80% thời gian của công việc)	22,7	72,7
3	Đôi khi sử dụng (trên 40-60% thời gian của công việc)	45,5	4,5
4	Ít khi sử dụng (trên 20-40% thời gian của công việc)	9,1	4,5
5	Hiếm khi sử dụng hoặc không sử dụng (0-20% thời gian của công việc)	13,6	0,0

V. Người học (chỉ tính số lượng người học của chương trình đào tạo)

38. Người học bao gồm học sinh, sinh viên, học viên cao học và nghiên cứu sinh

Tổng số người đăng ký dự tuyển vào CTĐT, số người học trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây (hệ chính quy):

Năm học	Số thí sinh đăng ký vào CTĐT (người)	Số trúng tuyển (người)	Tỷ lệ cạnh tranh	Số nhập học thực tế (người)	Điểm tuyển đầu vào/thang điểm	Điểm trung bình của sinh viên được tuyển	Số lượng sinh viên quốc tế nhập học (người)
2021 - 2022	2816	787	56.32	60	24	24.7	0
2022 – 2023	6147	448	27.94	226	24	24.5	0
2023 - 2024	3380	741	12.5	274	22.5	23.51	0
2024 – 2025	9579	504	31.4	313	24.5	24.9	0
Tổng số	21922	2480	-	873	-	-	0

39. Thống kê, phân loại số lượng người học theo học CTĐT trong 5 năm gần đây các hệ chính quy và không chính quy.

Đơn vị: người

Các tiêu chí	2021 – 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 – 2025
1. Nghiên cứu sinh	-	-	-	-
2. Học viên cao học	-	-	-	-
3. Sinh viên đại học	60	226	274	313
Trong đó:				
Hệ chính quy	60	226	274	313

Các tiêu chí	2021 – 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 – 2025
Hệ không chính quy	-	-	-	-
4. Sinh viên cao đẳng Trong đó:	-	-	-	-
Hệ chính quy	-	-	-	-
Hệ không chính quy	-	-	-	-
5. Học sinh TCCN Trong đó:	-	-	-	-
Hệ chính quy	-	-	-	-
Hệ không chính quy	-	-	-	-
6. Khác ...	-	-	-	-

40. Số sinh viên quốc tế theo học CTĐT trong 5 năm gần đây:

Đơn vị: người

	Năm học			
	2021 – 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 – 2025
Số lượng (người)	0	0	0	0
Tỷ lệ (%) trên tổng số người học	0	0	0	0

41. Người học của CTĐT có chỗ ở trong ký túc xá/tổng số người học có nhu cầu:

Các tiêu chí	2021 – 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 – 2025
1. Tổng diện tích phòng ở (m ²)	5.472	5.472	5.472	5.472
2. Người học có nhu cầu về phòng ở (trong và ngoài ký túc xá) (người)	-	-	-	-
3. Người học được ở trong ký túc xá (người)	960	960	960	960
4. Tỷ số diện tích trên đầu người học ở trong ký túc xá (m ² /người)	5,7	5,7	5,7	5,7

42. Số lượng (người) và tỷ lệ (%) người học của CTĐT tham gia nghiên cứu khoa học

	Năm học			
	2021 – 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 – 2025
Số lượng (người)	8	2	0	0
Tỷ lệ (%) trên tổng số sinh viên	-	-	-	-

43. Thống kê số lượng người học của CTĐT tốt nghiệp trong 5 năm gần đây

Đơn vị: người

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp			
	2021 - 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
1. Nghiên cứu sinh bảo vệ thành công luận án tiến sĩ	-	-	-	-
2. Học viên tốt nghiệp cao học	-	-	-	-
3. Sinh viên tốt nghiệp đại học Trong đó:	60	226	274	313
Hệ chính quy	60	226	274	313
Hệ không chính quy	-	-	-	-
4. Sinh viên tốt nghiệp cao đẳng Trong đó:	-	-	-	-
Hệ chính quy	-	-	-	-
Hệ không chính quy	-	-	-	-
5. Học sinh tốt nghiệp trung cấp Trong đó:	-	-	-	-
Hệ chính quy	-	-	-	-
Hệ không chính quy	-	-	-	-
6. Khác...	-	-	-	-

(Tính cả những người học đã đủ điều kiện tốt nghiệp theo quy định nhưng đang chờ cấp bằng)

44. Tình trạng tốt nghiệp của sinh viên hệ chính quy của CTĐT:

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp			
	2021 - 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
1. Số lượng người học tốt nghiệp (người).	-	-	-	39
2. Tỷ lệ người học tốt nghiệp so với số tuyển vào (%).	-	-	-	65%
3. Đánh giá của người học tốt nghiệp về chất lượng CTĐT: A. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống câu 4 B. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:	-	-	-	-
3.1. Tỷ lệ người học trả lời đã học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%).	-	-	-	-

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp			
	2021 - 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
3.2. Tỷ lệ người học trả lời <i>chỉ học được một phần</i> kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%).				
3.3. Tỷ lệ người học trả lời <i>không học được</i> những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp	-	-	-	-
4. Người học có việc làm trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp: A. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống câu 5 B. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:				
4.1. Tỷ lệ người học có việc làm đúng ngành đào tạo (%).	-	-	-	-
- Sau 6 tháng tốt nghiệp.	-	-	-	-
- Sau 12 tháng tốt nghiệp.	-	-	-	-
4.2. Tỷ lệ người học có việc làm trái ngành đào tạo (%).	-	-	-	-
4.3. Thu nhập bình quân/tháng của người học có việc làm.	-	-	-	-
5. Đánh giá của nhà tuyển dụng về người học tốt nghiệp có việc làm đúng ngành đào tạo: A. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống kết thúc bảng này. B. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:				
5.1. Tỷ lệ người học đáp ứng yêu cầu của công việc, có thể sử dụng được ngay (%).	-	-	-	-
5.2. Tỷ lệ người học cơ bản đáp ứng yêu cầu của công việc, nhưng phải đào tạo thêm (%).	-	-	-	-
5.3. Tỷ lệ người học phải được đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung ít nhất 6	-	-	-	-

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp			
	2021 - 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
tháng (%).				

Ghi chú:

- Người học tốt nghiệp là người học có đủ điều kiện để được công nhận tốt nghiệp theo quy định, kể cả những người học chưa nhận được bằng tốt nghiệp;
- Người học có việc làm là người học tìm được việc làm hoặc tạo được việc làm;
- Năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp: 12 tháng kể từ ngày tốt nghiệp;
- Các mục bỏ trống đều được xem là cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về việc này.

VI. Nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ

45. Số lượng đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ của đơn vị thực hiện CTĐT được nghiệm thu trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại đề tài	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2021 - 2022	2022 – 2023	2023 - 2024	2024 - 2025		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Đề tài cấp NN	2,0	-	-	-	-	-	-
2	Đề tài cấp Bộ/Tỉnh*	1,0	-	-	-	-	-	-
3	Đề tài cấp trường	0,5	6	1	8	3		9
	Tổng		6	1	8	3		

Cách tính: Cột 9 = cột 3*(cột 4 + cột 5 + cột 6 + cột 7 + cột 8)

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước.

**Hệ số quy đổi: Dựa trên nguyên tắc tính điểm công trình của Hội đồng Giáo sư Nhà nước (có điều chỉnh).

Tổng số đề tài quy đổi: 9

Tỷ số đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: 0,41

45. Doanh thu từ nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ của đơn vị thực hiện CTĐT trong 5 năm gần đây:

TT	Năm	Doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ (triệu VNĐ)	Tỷ lệ doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ so với tổng kinh phí đầu vào của đơn vị thực hiện CTĐT (%)	Tỷ số doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ trên cán bộ cơ hữu (triệu VNĐ/ người)
1	2020	0	0	0
2	2021	0	0	0
3	2022	0	0	0
4	2023	0	0	0
5	2024	0	0	0

47. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia thực hiện đề tài khoa học trong 05 năm gần đây:

Số lượng đề tài	Số lượng cán bộ tham gia			Ghi chú
	Đề tài cấp NN	Đề tài cấp Bộ*	Đề tài cấp trường	
Từ 1 đến 3 đề tài	-	-	15	
Từ 4 đến 6 đề tài	-	-	02	
Trên 6 đề tài	-	-	0	
Tổng số cán bộ tham gia	-	-	17	

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước

48. Số lượng đầu sách của đơn vị thực hiện CTĐT được xuất bản trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại sách	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2021	2022	2023	2024	2025	
1	Sách chuyên khảo	2,0	-	-	-	-	-	-
2	Sách giáo trình	1,5	-	-	-	-	-	-
3	Sách tham khảo	1,0	-	-	-	-	-	-
4	Sách hướng dẫn	0,5	-	-	-	-	-	-
	Tổng		-	-	-	-	-	-

**Hệ số quy đổi: Dựa trên nguyên tắc tính điểm công trình của Hội đồng Giáo sư Nhà nước (có điều chỉnh).

Tổng số sách (quy đổi): 0

Tỷ số sách đã được xuất bản (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: 0

49. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia viết sách trong 5 năm gần đây:

Số lượng sách	Số lượng cán bộ cơ hữu tham gia viết sách			
	Sách chuyên khảo	Sách giáo trình	Sách tham khảo	Sách hướng dẫn
Từ 1 đến 3 cuốn sách	-	-	-	-
Từ 4 đến 6 cuốn sách	-	-	-	-
Trên 6 cuốn sách	-	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	-	-	-	-

50. Số lượng bài của đội ngũ cơ hữu đơn vị thực hiện CTĐT được đăng tạp chí trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại tạp chí	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2021	2022	2023	2024	2025	
1	Tạp chí khoa học quốc tế	1,5	08	07	20	23	19	115,5
2	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	1,0	30	25	65	29	27	176
3	Tạp chí / tập san của cấp trường	0,5	-	-	-	-	-	-
	Tổng		38	32	85	52	46	

**Hệ số quy đổi: Dựa trên nguyên tắc tính điểm công trình của Hội đồng Giáo sư Nhà nước (có điều chỉnh).

Tổng số bài đăng tạp chí (quy đổi): 291,5

Tỷ số bài đăng tạp chí (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: 13,25

51. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia viết bài đăng tạp chí trong 5 năm gần đây:

Số lượng cán bộ cơ hữu có bài báo đăng trên tạp chí	Nơi đăng		
	Tạp chí khoa học quốc tế (ISI, Scopus,...)	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	Tạp chí / tập san cấp trường
Từ 1 đến 5 bài báo	-	-	-
Từ 6 đến 10 bài báo	-	-	-
Từ 11 đến 15 bài báo	-	-	-
Trên 15 bài báo	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	-	-	-

52. Số lượng báo cáo khoa học do đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT báo cáo tại các hội nghị, hội thảo, được đăng toàn văn trong tuyển tập công trình hay kỷ yếu trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại hội thảo	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2021	2022	2023	2024	2025	
1	Hội thảo quốc tế	1,0	-	-	-	-	-	-
2	Hội thảo trong nước	0,5	-	-	-	-	-	-
3	Hội thảo cấp trường	0,25	-	-	-	-	-	-
	Tổng		-	-	-	-	-	-

(Khi tính Hội thảo trong nước sẽ không bao gồm các Hội thảo của cơ sở giáo dục vì đã được tính 1 lần)

**Hệ số quy đổi: Dựa trên nguyên tắc tính điểm công trình của Hội đồng Giáo sư Nhà nước.

Tổng số bài báo cáo (quy đổi): ...

Tỷ số bài báo cáo (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: ...

53. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT có báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo được đăng toàn văn trong tuyển tập công trình hay kỷ yếu trong 05 năm gần đây:

Số lượng cán bộ cơ hữu có báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo	Cấp hội thảo		
	Hội thảo quốc tế	Hội thảo trong nước	Hội thảo ở trường
Từ 1 đến 5 báo cáo	-	-	-
Từ 6 đến 10 báo cáo	-	-	-
Từ 11 đến 15 báo cáo	-	-	-
Trên 15 báo cáo	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	-	-	-

(Khi tính Hội thảo trong nước sẽ không bao gồm các Hội thảo của trường)

54. Số bằng phát minh, sáng chế được cấp

Năm học	Số bằng phát minh, sáng chế được cấp (ghi rõ nơi cấp, thời gian cấp, người được cấp)
2021 – 2022	0
2022 - 2023	0
2023 - 2024	0
2024 - 2025	0

55. Nghiên cứu khoa học của người học

55.1. Số lượng người học của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia thực hiện đề tài khoa học trong 5 năm gần đây:

Số lượng đề tài	Số lượng người học tham gia			Ghi chú
	Đề tài cấp NN	Đề tài cấp Bộ*	Đề tài cấp trường	
Từ 1 đến 3 đề tài	-	-	-	
Từ 4 đến 6 đề tài	-	-	-	
Trên 6 đề tài	-	-	-	
Tổng số người học tham gia	-	-	-	

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước

55.2. Thành tích nghiên cứu khoa học của sinh viên:

(*Thông kê các giải thưởng nghiên cứu khoa học, sáng tạo, các bài báo, công trình được công bố*)

TT	Thành tích nghiên cứu khoa học	Số lượng			
		2021 - 2022	2022 - 2023	2023 - 2024	2024 - 2025
1	Số giải thưởng nghiên cứu khoa học, sáng tạo	-	-	-	-
2	Số bài báo được đăng, công trình được công bố	-	-	-	-

VII. Cơ sở vật chất, thư viện

56. Tổng diện tích đất sử dụng của cơ sở giáo dục (tính bằng m²): 191.344,3 m²

57. Tổng diện tích đất sử dụng của đơn vị thực hiện CTĐT (VP khoa) (tính bằng m²): 75 m²

58. Diện tích sử dụng cho các hạng mục sau (tính bằng m²):

Nơi làm việc: 3.094 m² Nơi học: 35.530 m² Nơi vui chơi giải trí: 7.707 m²

59. Diện tích phòng học (tính bằng m²)

- Tổng diện tích phòng học: 11.708 m²

- Tỷ số diện tích phòng học trên người học chính quy: 15.74

60. Tổng số đầu sách thuộc ngành đào tạo được sử dụng tại Trung tâm Thông tin - Thư viện: 877

Tổng số đầu sách trong phòng tư liệu của đơn vị thực hiện CTĐT (nếu có):

61. Tổng số máy tính của trường: 1.002

- Dùng cho hệ thống văn phòng: 160

- Dùng cho người học học tập: 842

Tỷ số số máy tính dùng cho người học/người học chính quy: 1.13

VIII. Tóm tắt một số chỉ báo quan trọng

Từ kết quả khảo sát ở trên, tổng hợp thành một số chỉ báo quan trọng dưới đây:

1. Giảng viên:

Tổng số giảng viên cơ hữu (người): 22

Tỷ lệ giảng viên cơ hữu trên tổng số cán bộ cơ hữu (%): 95

Tỷ lệ giảng viên cơ hữu có trình độ tiến sĩ trở lên trên tổng số giảng viên cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT (%): 41,6

Tỷ lệ giảng viên cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số giảng viên cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT (%): 45,83

2. Người học:

Tổng số người học chính quy (người): 873

Tỷ số người học chính quy trên giảng viên: 39,68

Tỷ lệ người học tốt nghiệp so với số tuyển vào (%): 0,65

3. Đánh giá của người học tốt nghiệp về chất lượng CTĐT:

Tỷ lệ người học trả lời đã học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%):

Tỷ lệ người học trả lời *chỉ học được một phần* kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%):

4. Người học có việc làm trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp:

Tỷ lệ người học có việc làm đúng ngành đào tạo (%):

Tỷ lệ người học có việc làm trái ngành đào tạo (%):

Thu nhập bình quân/tháng của người học có việc làm (triệu VNĐ):

5. Đánh giá của nhà tuyển dụng về người học tốt nghiệp có việc làm đúng ngành đào tạo:

Tỷ lệ người học đáp ứng yêu cầu của công việc, có thể sử dụng được ngay (%):

Tỷ lệ người học cơ bản đáp ứng yêu cầu của công việc, nhưng phải đào tạo thêm (%):

6. Nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ:

Tỷ số đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: 0

Tỷ số doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ trên cán bộ cơ hữu: 0

Tỷ số sách đã được xuất bản (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: 0

Tỷ số bài đăng tạp chí (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: 0

Tỷ số bài báo cáo (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: 0

7. Cơ sở vật chất:

Tỷ số máy tính dùng cho người học trên người học chính quy: 1.13

Tỷ số diện tích phòng học trên người học chính quy: 15.74

Tỷ số diện tích ký túc xá trên người học chính quy: 5,7

(Ghi chú: Việc hướng dẫn áp dụng quy định từ các văn bản trích dẫn trên đây sẽ được thay đổi khi có văn bản sửa đổi bổ sung hoặc văn bản mới ban hành của cấp có thẩm quyền).

Phụ lục II.**QUYẾT ĐỊNH THÀNH LẬP HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC**

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 1588/QĐ-DCT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 5 năm 2024

QUYẾT ĐỊNH

V/v thành lập Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo
trình độ đại học ngành Marketing theo bộ tiêu chuẩn của Bộ Giáo dục & Đào tạo

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Căn cứ Quyết định số 284/QĐ-TTg ngày 23/02/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh;

Căn cứ Quyết định số 789/QĐ-TTg ngày 01/7/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc đổi tên Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh thành Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh;

Căn cứ Nghị quyết số 04/NQ-HĐT ngày 24/7/2023 của Hội đồng trường Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh;

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 20/12/2019 của Thủ tướng Chính phủ Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;

Căn cứ Thông tư số 38/TT-BGDĐT, ngày 29/11/2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành về quy trình và chu kỳ kiểm định chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp;

Căn cứ Thông tư số 04/TT-BGDĐT, ngày 14/03/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Công văn số 2085/QLCL-KĐCLGD, ngày 31/12/2020 của Cục Quản lý chất lượng ban hành Hướng dẫn tự đánh giá và đánh giá ngoài chương trình đào tạo;

Theo đề nghị của Giám đốc Trung tâm Quản lý chất lượng,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Thành lập Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ Đại học ngành Marketing theo bộ tiêu chuẩn của Bộ Giáo dục & Đào tạo của trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh, gồm 25 thành viên (Danh sách kèm theo).

Giúp việc cho Hội đồng có Ban thư ký và các nhóm công tác chuyên trách gồm các ông/bà có tên trong danh sách kèm theo.

Điều 2. Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ Đại học ngành Marketing có nhiệm vụ triển khai tự đánh giá chương trình đào tạo theo quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo ban hành kèm theo Thông tư 04/TT-BGDĐT, ngày 14/03/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Nhiệm vụ cụ thể của các thành viên do Chủ tịch Hội đồng phân công. Hội đồng tự giải thể sau khi hoàn thành nhiệm vụ.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký. Các ông/bà có tên ở điều 1 chịu trách nhiệm thi hành quyết định này.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Lưu VT, QLCL.

HIỆU TRƯỞNG



Nguyễn Xuân Hoàn



**DANH SÁCH THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC NGÀNH MARKETING
THEO BỘ TIÊU CHUẨN CỦA BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**

(Ban hành kèm theo Quyết định số 1588 ngày 28 tháng 5 năm 2024 của Hiệu trưởng trường Đại học Công Thương TP.HCM)

TT	Họ và tên	Chức vụ	Đơn vị	Nhiệm vụ
1	PGS. TS Nguyễn Xuân Hoàn	Hiệu trưởng	Ban Giám hiệu	Chủ tịch
2	TS. Thái Doãn Thanh	Phó hiệu trưởng	Ban Giám hiệu	Phó chủ tịch
3	PGS. TS. Huỳnh Quang Linh	Trưởng khoa	K. Quản trị kinh doanh	Phó chủ tịch
4	ThS. Lê Ngọc	Phó Giám đốc Phụ trách	TT. QLCL	Thành viên thường trực
5	ThS. Trần Thị Lan Anh	Chuyên viên	TT. QLCL	Thư ký
6	ThS. Bùi Chí Hiếu	Trưởng phòng	P. Tổ chức Hành chính	Thành viên
7	ThS. Nguyễn Thanh Nguyên	Phó trưởng phòng Phụ trách	P. Đào tạo	Thành viên
8	TS. Dương Hồng Quân	Trưởng phòng	P. Quản trị - Thiết bị	Thành viên
9	ThS. Nguyễn Thị Anh Thư	Phó trưởng phòng	P. Khoa học công nghệ	Thành viên
10	TS. Phan Xuân Cường	Trưởng phòng	P. CTSV-TTGD	Thành viên
11	ThS. Phạm Thái Sơn	Giám đốc	TT. Tuyển sinh và Truyền thông	Thành viên
12	PGS.TS Nguyễn Văn Ít	Phó trưởng khoa	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
13	PGS.TS Nguyễn Hải Quang	Trưởng bộ môn	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
14	TS. Bùi Quốc Việt	Trưởng bộ môn	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
15	TS. Đỗ Văn Thắng	Trưởng bộ môn	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
16	TS. Ngô Văn Thạo	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
17	TS. Bùi Hoàng Ngọc	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
18	TS. Vũ Văn Điệp	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
19	TS. Phạm Thị Lê Hoa	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
20	TS. Nguyễn Xuân Quyết	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
21	TS. Trương Kim Phụng	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
22	ThS. Nguyễn Lương Ngân	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
23	ThS. Trần Thị Xuân Viên	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
24	ThS. Vũ Mạnh Cường	Giảng viên	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên
25	Nguyễn Ngọc Quế Trân	Sinh viên lớp 14DHQTMK06	K. Quản trị kinh doanh	Thành viên

(Danh sách gồm có 25 người)


DANH SÁCH THÀNH VIÊN BAN THƯ KÝ
 (Ban hành kèm theo Quyết định số 1588 ngày 28 tháng 5 năm 2024 của Hiệu trưởng trường Đại học Công Thương TP.HCM)

TT	Họ tên	Đơn vị	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Trần Thị Lan Anh	TT. QLCL	Chuyên viên	Trưởng ban
2	ThS. Vũ Mạnh Cường	Khoa QTKD	Giảng viên	Phó Trưởng ban
3	TS. Đỗ Văn Thắng	Khoa QTKD	Trưởng bộ môn	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh	Khoa QTKD	Giảng viên	Thành viên
5	ThS. Đặng Văn Thọ	Khoa QTKD	Giảng viên	Thành viên
6	ThS. Nguyễn Lương Ngân	Khoa QTKD	Giảng viên	Thành viên
7	ThS. Nguyễn Thị Hằng	Khoa QTKD	Giảng viên	Thành viên

(Danh sách gồm có 07 người)

DANH SÁCH NHÓM CÔNG TÁC CHUYÊN TRÁCH

(Ban hành kèm theo Quyết định số 1588 ngày 28 tháng 5 năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công Thương TP.HCM)

Nhóm	Họ tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	PGS.TS. Nguyễn Hải Quang	Trưởng bộ môn	Trưởng nhóm
	ThS. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh	Giảng viên	Thư ký
	TS. Bùi Quốc Việt	Trưởng bộ môn	Thành viên
	ThS. Nguyễn Thị Thu Trang	Giảng viên	Thành viên
	ThS. Trần Thị Xuân Viên	Giảng viên	Thành viên
2	TS. Ngô Văn Thạo	Giảng viên	Trưởng nhóm
	ThS. Đặng Văn Thọ	Giảng viên	Thư ký
	ThS. Trần Nguyễn Minh Phương	Giảng viên	Thành viên
3	TS. Bùi Hoàng Ngọc	Giảng viên	Trưởng nhóm
	ThS. Nguyễn Lương Ngân	Giảng viên	Thư ký
	TS. Nguyễn Xuân Quyết	Giảng viên	Thành viên
4	TS. Vũ Văn Điệp	Giảng viên	Trưởng nhóm
	ThS. Vũ Mạnh Cường	Giảng viên	Thư ký
	TS. Đỗ Văn Thắng	Trưởng bộ môn	Thành viên
	TS. Phạm Minh Tiến	Giảng viên	Thành viên
	ThS. Võ Xuân Đức	Giảng viên	Thành viên
5	TS. Phạm Thị Lê Hoa	Giảng viên	Trưởng nhóm
	ThS. Nguyễn Thị Hằng	Giảng viên	Thư ký
	TS. Trương Kim Phụng	Giảng viên	Thành viên
	ThS. Lê Lương Hiếu	Giảng viên	Thành viên
	ThS. Trần Minh Trí	Giảng viên	Thành viên

(Danh sách gồm có 21 người)

Phụ lục III

KẾ HOẠCH TỰ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
Số: 416 /KH-DCT

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 5 năm 2024

KẾ HOẠCH
V/v Tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing

1. Mục đích tự đánh giá

Nhằm cải tiến, nâng cao chất lượng CTĐT và đề đăng ký kiểm định chất lượng giáo dục.

2. Phạm vi tự đánh giá

Đánh giá các hoạt động của đơn vị thực hiện CTĐT trình độ đại học ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT do Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành trong một chu kỳ kiểm định chất lượng. Thời gian tiến hành tự đánh giá từ 31/05/2021 đến nay.

3. Công cụ tự đánh giá

Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo ban hành kèm theo thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14 tháng 3 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo; Công văn số 1074/KTKĐCLGD-KĐ ĐH ngày 28 tháng 6 năm 2016 của Cục Khảo thí và Kiểm định chất lượng giáo dục về việc hướng dẫn chung về sử dụng tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo; Công văn số 2085/KTKĐCLGD-KĐ ĐH ngày 31 tháng 12 năm 2020 về việc hướng dẫn tự đánh giá chương trình đào tạo và Công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31 tháng 12 năm 2019 về việc thay thế tài liệu đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của giáo dục đại học ban hành kèm theo Công văn số 769/QLCL-KĐCLGD.

4. Hội đồng tự đánh giá

4.1. Thành phần Hội đồng tự đánh giá

Hội đồng tự đánh giá CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được thành lập theo Quyết định số /QĐ-DCT ngày tháng năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh, Hội đồng gồm có 25 thành viên (danh sách kèm theo).

4.2. Ban thư ký và các nhóm công tác chuyên trách (danh sách kèm theo).

4.3. Phân công thực hiện

TT	Tiêu chuẩn	Nhóm chịu trách nhiệm	Thời gian thu thập thông tin và minh chứng	Ghi chú
1	1, 2 và 3 (9 tiêu chí)	1	Tuần 5 – 8 (10/6/2024 đến 07/7/2024)	
2	4 và 5 (8 tiêu chí)	2	Tuần 5 – 8 (10/6/2024 đến 07/7/2024)	
3	6 và 7 (12 tiêu chí)	3	Tuần 5 – 8 (10/6/2024 đến 07/7/2024)	

TT	Tiêu chuẩn	Nhóm chịu trách nhiệm	Thời gian thu thập thông tin và minh chứng	Ghi chú
4	8 và 9 (10 tiêu chí)	4	Tuần 5 – 8 (10/6/2024 đến 07/7/2024)	
5	10 và 11 (11 tiêu chí)	5	Tuần 5 – 8 (10/6/2024 đến 07/7/2024)	

5. Kế hoạch huy động các nguồn lực

Xác định các nguồn nhân lực, cơ sở vật chất và tài chính cần huy động hoặc cung cấp cho từng hoạt động và thời gian cần được cung cấp.

TT	Tiêu chuẩn	Các hoạt động	Các loại nguồn lực cần được huy động/cung cấp	Thời gian	Ghi chú
1	Tiêu chuẩn 1, 2, 3	- Rà soát mục tiêu, chuẩn đầu ra, bản mô tả CTĐT, cấu trúc và nội dung CTĐT. - Lập danh mục minh chứng. - Tập hợp minh chứng của tiêu chuẩn 1, 2, 3.	- Thành viên nhóm 1 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Đào tạo, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 10/6/2024 đến 14/7/2024	
		- Viết báo cáo tự đánh giá tiêu chuẩn 1, 2, 3. - Thu thập minh chứng bổ sung.	- Thành viên nhóm 1 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Đào tạo, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 15/7/2024 đến 25/8/2024	
2	Tiêu chuẩn 4, 5	- Rà soát phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá kết quả của người học. - Lập danh mục minh chứng. - Tập hợp minh chứng của tiêu chuẩn 4, 5.	- Thành viên nhóm 2 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Đào tạo, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 10/6/2024 đến 14/7/2024	
		- Viết báo cáo tự đánh giá tiêu chuẩn 4, 5. - Thu thập minh chứng bổ sung.	- Thành viên nhóm 2 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Đào tạo, Trung	Từ 15/7/2024 đến 25/8/2024	

TT	Tiêu chuẩn	Các hoạt động	Các loại nguồn lực cần được huy động/cung cấp	Thời gian	Ghi chú
			tâm Quản lý chất lượng.		
3	Tiêu chuẩn 6, 7	- Thống kê danh sách đội ngũ giảng viên, nhân viên. - Kiểm tra sơ đồ tổ chức khoa, bộ môn. - Rà soát bảng mô tả công việc đội ngũ giảng viên, nhân viên. - Kiểm tra hồ sơ, bằng cấp, hợp đồng lao động của đội ngũ giảng viên, nhân viên. - Rà soát công tác dự giờ, đánh giá năng lực giảng viên. - Lập danh mục minh chứng. - Tập hợp minh chứng của tiêu chuẩn 4, 5.	- Thành viên nhóm 3 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Tổ chức Hành chính, Trung tâm Quản lý chất lượng, các Khoa liên quan.	Từ 10/6/2024 đến 14/7/2024	
		- Viết báo cáo tự đánh giá tiêu chuẩn 4, 5. - Thu thập minh chứng bổ sung.	- Thành viên nhóm 3 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Tổ chức Hành chính, Trung tâm Quản lý chất lượng, các Khoa liên quan.	Từ 15/7/2024 đến 25/8/2024	
4	Tiêu chuẩn 8, 9	- Rà soát công tác tuyển sinh - Thống kê các báo cáo về hoạt động học tập, hoạt động ngoại khóa, Đoàn, hội... của người học. - Rà soát công tác tư vấn học tập, đào tạo kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp đáp ứng chuẩn đầu ra của người học. - Thống kê cơ sở vật chất, trang thiết bị.	- Thành viên nhóm 4 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: trung tâm Tuyển sinh và Truyền thông, phòng Quản trị - thiết bị, phòng Công tác sinh viên và Thanh gia giáo dục, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 10/6/2024 đến 14/7/2024	

TT	Tiêu chuẩn	Các hoạt động	Các loại nguồn lực cần được huy động/cung cấp	Thời gian	Ghi chú
		- Rà soát và tập hợp số liệu về ý kiến phản hồi về cơ sở vật chất, trang thiết bị. - Lập danh mục minh chứng. - Tập hợp minh chứng của tiêu chuẩn 8, 9.			
		- Viết báo cáo tự đánh giá tiêu chuẩn 8, 9. - Thu thập minh chứng bổ sung.	- Thành viên nhóm 4 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: trung tâm Tuyển sinh và Truyền thông, phòng Quản trị - thiết bị, phòng Công tác sinh viên và Thanh tra giáo dục, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 15/7/2024 đến 25/8/2024	
5	Tiêu chuẩn 10, 11	- Rà soát về hoạt động cập nhật, cải tiến CTĐT. - Rà soát hoạt động đánh giá và cải tiến quá trình dạy và học, hoạt động đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích, hoạt động lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan. - Tập hợp số liệu về ý kiến phản hồi của các bên liên quan về CTĐT, về chất lượng các dịch vụ hỗ trợ. - Thống kê số lượng sinh viên thôi học, tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp trung bình, tỷ lệ người học có việc làm. - Thống kê các nghiên cứu khoa học của giảng viên và người học. - Lập danh mục minh chứng.	- Thành viên nhóm 5 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Đào tạo, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 10/6/2024 đến 14/7/2024	

TT	Tiêu chuẩn	Các hoạt động	Các loại nguồn lực cần được huy động/cung cấp	Thời gian	Ghi chú
		- Tập hợp minh chứng của tiêu chuẩn 10,11.			
		- Viết báo cáo tự đánh giá tiêu chuẩn 10, 11. - Thu thập minh chứng bổ sung.	- Thành viên nhóm 5 - GV Khoa Thương mại. - Đơn vị phối hợp cung cấp minh chứng: phòng Đào tạo, Trung tâm Quản lý chất lượng.	Từ 15/7/2024 đến 25/8/2024	

6. Kế hoạch thu thập thông tin từ nguồn ngoài cơ sở giáo dục và đơn vị thực hiện chương trình đào tạo (nếu cần)

Xác định các thông tin cần thu thập từ bên ngoài, nguồn cung cấp, thời gian cần thu thập, kinh phí cần có.

TT	Tiêu chuẩn	Các hoạt động	Nguồn cung cấp	Thời gian	Ghi chú
1	Tiêu chuẩn 1, 2	- Khảo sát nhu cầu thị trường lao động - Tổ chức Hội thảo, khảo sát lấy ý kiến Doanh nghiệp, cựu người học về mục tiêu, chuẩn đầu ra của CTĐT.	- Các đơn vị, doanh nghiệp - Cựu người học ngành Marketing.	Từ tháng 5/2024 đến tháng 6/2024	
2	Tiêu chuẩn 10, 11	- Khảo sát doanh nghiệp, cựu người học, người học ngành Marketing về chất lượng CTĐT, chất lượng người học ra trường, về tình hình việc làm.	- Các đơn vị, doanh nghiệp - Người học và cựu người học ngành Marketing.	Từ tháng 10/2024 đến tháng 12/2024	

7. Lập bảng danh mục mã minh chứng

Sau khi các nhóm công tác, cá nhân thực hiện xác định nội hàm, phân tích tiêu chí tìm minh chứng cho từng tiêu chí; phân loại và mã hóa các minh chứng thu được. Hội đồng TĐG thảo luận các minh chứng cho từng tiêu chí đã thu thập được và lập Bảng danh mục mã minh chứng theo biểu mẫu Phụ lục 9 – Công văn số 2085/QLCL ngày 31/12/2020 của Cục Quản lý chất lượng về việc hướng dẫn tự đánh giá và đánh giá ngoài chương trình đào tạo.

Bảng danh mục mã minh chứng được trình bày bảng theo chiều ngang của khổ A4 (có thể để riêng và để ở phần Phụ lục của báo cáo TĐG).

8. Thời gian và nội dung hoạt động

Thời gian thực hiện công tác tự đánh giá (TDG) là 09 tháng (từ tháng 05/2024 đến tháng 01/2025), theo lịch trình cụ thể sau:

Thời gian	Các hoạt động
Tuần 1 – 2 (13/5/2024 đến 26/5/2024)	- Họp Lãnh đạo khoa để thảo luận mục đích, phạm vi, thời gian biểu và xác định các thành viên của Hội đồng tự đánh giá CTĐT, Thư ký và các nhóm công tác chuyên trách. - Dựa trên đề xuất nhân sự của trưởng khoa, Hiệu trưởng Nhà trường ra quyết định thành lập Hội đồng tự đánh giá CTĐT. - Họp Hội đồng tự đánh giá CTĐT để: - Công bố quyết định thành lập Hội đồng tự đánh giá; - Thảo luận về nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên Hội đồng tự đánh giá; - Dự thảo kế hoạch tự đánh giá CTĐT.
Tuần 3 – 4 (27/5/2024 đến 09/6/2024)	- Phổ biến chủ trương triển khai tự đánh giá đến toàn thể cán bộ, giảng viên, nhân viên và sinh viên của Khoa tham gia thực hiện CTĐT. - Các thành viên trong hội đồng và các nhóm chuyên trách tham gia tập huấn về quy trình tự đánh giá và bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT theo chuẩn MOET; - Họp Hội đồng tự đánh giá CTĐT để thông qua: - Bản kế hoạch tự đánh giá CTĐT; - Dự thảo đề cương báo cáo tự đánh giá (dựa trên cơ sở tài liệu hướng dẫn của Bộ Giáo dục và Đào tạo và điều kiện cụ thể của đơn vị thực hiện CTĐT); - Phê duyệt kế hoạch tự đánh giá. - Công bố kế hoạch tự đánh giá đã được phê duyệt, thông báo phân công nhiệm vụ cho từng thành viên hội đồng và các nhóm công tác chuyên trách giúp việc cho hội đồng.
Tuần 5 – 15 (10/6/2024 đến 25/8/2024)	- Phân tích tiêu chí, thu thập thông tin và minh chứng → Sản phẩm: Phụ lục 3. - Phân tích, lý giải nội hàm của các minh chứng để xem xét sự phù hợp của minh chứng với các yêu cầu trong từng tiêu chí của tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT. - Lập dự thảo cho phiếu đánh giá tiêu chí → Sản phẩm: Phụ lục 4a (Dự thảo) - Mã hoá các thông tin và minh chứng thu được. - Mô tả thông tin và minh chứng thu được.
Tuần 16 (26/8/2024 đến)	Họp hội đồng tự đánh giá CTĐT để rà soát lại các phiếu phân tích tiêu chí và các dự kiến minh chứng theo tiêu chí → Sản phẩm: 50 phiếu phân tích tiêu chí tìm thông tin minh

Thời gian	Các hoạt động
01/9/2024)	chứng (Phụ Lục 3)
Tuần 17 – 18 (02/9/2024 đến 15/9/2024)	1. Các nhóm công tác chuyên trách hoàn thiện phiếu đánh giá tiêu chí (Phụ lục 4a) 2. Các nhóm công tác chuyên trách viết báo cáo của từng tiêu chí (thu thập thông tin bổ sung nếu cần thiết). 3. Trường các nhóm chuyên trách tổng hợp các báo cáo tiêu chí thành các báo cáo tiêu chuẩn (thu thập thông tin bổ sung nếu cần thiết) → Sản phẩm: Phiếu đánh giá tiêu chí (Phụ lục 4a)
Tuần 19 - 20 (16/9/2024 đến 29/9/2024)	Hội đồng tự đánh giá CTĐT • Xem xét các báo cáo của từng tiêu chuẩn, tiêu chí do các nhóm chuyên trách dự thảo; • Kiểm tra lại các thông tin và minh chứng được sử dụng trong báo cáo tự đánh giá; • Xác định các vấn đề phát sinh từ các thông tin và minh chứng thu được; • Xác định các thông tin cần thu thập bổ sung; → Sản phẩm: Dự thảo báo cáo Tự đánh giá lần 1 kèm theo danh mục minh chứng hoàn chỉnh cho từng tiêu chí, tiêu chuẩn.
Tuần 21 - 22 (30/9/2024 đến 13/10/2024)	1. Hội đồng tự đánh giá CTĐT xem xét dự thảo báo cáo tự đánh giá, góp ý, chỉnh sửa, lựa chọn cách thức diễn đạt phù hợp, thống nhất. 2. Các nhóm chuyên trách viết dự thảo báo cáo lần 2. → Sản phẩm: Dự thảo báo cáo Tự đánh giá lần 2.
Tuần 23 - 24 (14/10/2024 đến 27/10/2024)	1. Hội đồng tự đánh giá CTĐT họp với các bộ môn, phòng, ban,... để thảo luận về báo cáo tự đánh giá, xin ý kiến góp ý. 2. Các bộ môn, phòng ban, cán bộ, giảng viên, nhân viên, người học,... đóng góp ý kiến phản biện về báo cáo tự đánh giá. 3. Hội đồng tự đánh giá họp để bổ sung và hoàn thiện báo cáo theo ý kiến góp ý và phản biện (nếu có).
Tháng 11/2024	1. Các nhóm chuyên trách chỉnh sửa báo cáo theo góp ý (nếu có) 2. Hội đồng tự đánh giá CTĐT họp khoa để thông qua Dự thảo báo cáo Tự đánh giá lần 3 và nộp cho TT QLCL để thẩm định. → Sản phẩm: Dự thảo báo cáo Tự đánh giá lần 3.
Tháng 12/2024	1. Phó trưởng ban Thư ký cùng nhóm chuyên trách chỉnh sửa báo cáo theo góp ý của TT QLCL (nếu có) → Sản Phẩm: Dự thảo báo cáo Tự đánh giá lần 4. 2. Hội đồng Tự đánh giá CTĐT tổ chức đánh giá đồng cấp (nếu có) 3. Các nhóm công tác chuyên trách và ban thư ký sửa báo cáo sau đánh giá đồng cấp (nếu có)

Thời gian	Các hoạt động
Tháng 01/2025	- Hội đồng Tự đánh giá CTĐT bảo quản báo cáo tự đánh giá, lưu giữ các thông tin minh chứng theo thứ tự mã minh chứng đã ghi trong báo cáo tự đánh giá, sẵn sàng để hợp đồng với tổ chức KĐCLGD để thẩm định báo cáo tự đánh giá trước khi đánh giá ngoài. - Công bố Báo cáo TĐG trên website của khoa/TT QLCL (1 tháng). - TT QLCL gửi hồ sơ TĐG đến Cục QLCL để báo cáo và để Cục cập nhật tên cơ sở giáo dục vào danh sách các cơ sở giáo dục đã hoàn thành báo cáo TĐG CTĐT (nếu báo cáo TĐG đáp ứng các quy định).
Từ tháng 02/2025	Đầu thầu, chuẩn bị hồ sơ và chuẩn bị đánh giá ngoài

Trên đây là Kế hoạch tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing của Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh, các cá nhân và đơn vị có liên quan phối hợp thực hiện tốt theo các chức năng, nhiệm vụ được phân công. / *ok qe*

Nơi nhận:

- Hội đồng TĐG CTĐT;
- Lưu: VT, VP Khoa, QLCL.



Nguyễn Xuân Hoàn

Phụ lục IV

BẢNG, BIỂU TỔNG HỢP, THỐNG KÊ

Bảng 1.1. Chuẩn đầu ra CTĐT

Ký hiệu	Chủ đề chuẩn đầu ra	TĐNL
1	Kiến thức	
PLO1	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý	C3
PLO1.1	Áp dụng kiến thức khoa học tự nhiên trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý	C3
PLO1.2	Áp dụng kiến thức khoa học xã hội, chính trị, pháp luật, GDTC & GDQP trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý	C3
PLO2	Phân tích kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu rộng trong hoạt động Marketing	C4
PLO2.1	Áp dụng kiến thức cơ sở ngành trong hoạt động Marketing	C3
PLO2.2	Phân tích kiến thức chuyên ngành cho hoạt động Marketing	C4
2	Kỹ năng, phẩm chất cá nhân	
PLO3	Thể hiện đúng kỹ năng phân tích, dự báo, ra quyết định các vấn đề liên quan trong môi trường Marketing	P3
PLO3.1	Thể hiện đúng các kỹ năng phân tích, hoạch định và thực hiện kế hoạch, chiến lược trong hoạt động Marketing tại các loại hình doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	P3
PLO3.2	Áp dụng chính xác kiểm soát và nhận diện, cảnh báo các rủi ro phát sinh và đề xuất các giải pháp trong hoạt động Marketing tại các loại hình doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	P3
PLO4	Áp dụng chính xác kỹ năng học tập, nghiên cứu và khám phá kiến thức về nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu, thanh toán quốc tế, đầu tư quốc tế, và các chính sách liên quan đến hoạt động Marketing	P3
PLO5	Thể hiện các phẩm chất cá nhân, đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong công việc	A4
3	Kỹ năng tương tác	

PLO6	Áp dụng thành thạo kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm trong hoạt động Marketing	P4
PLO7	Áp dụng thành thạo kỹ năng trao đổi thông tin bao gồm kỹ năng sử dụng ngoại ngữ phục vụ công việc trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý	P4
PLO7.1	Áp dụng thành thạo kỹ năng trình bày, lắng nghe, phản biện, đàm phán, thỏa hiệp và giải quyết xung đột trong các tình huống giao tiếp trong Marketing	P4
PLO7.2	Thể hiện đúng kỹ năng giao tiếp hiệu quả bằng ngoại ngữ trong hoạt động Marketing	P3
4	Năng lực thực hành nghề nghiệp (Năng lực tự chủ)	
PLO8	Phân tích được bối cảnh xã hội và doanh nghiệp, tự định hướng, áp dụng kiến thức để đưa ra kết luận chuyên môn, ý tưởng, giải pháp đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp và xã hội hoặc khởi nghiệp	R4
PLO9	Áp dụng thành thạo việc lập kế hoạch, điều phối, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động Marketing	P4

KHUNG TRÌNH ĐỘ QUỐC GIA VIỆT NAM

(Theo Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ)

Khung trình độ quốc gia bậc 6 (đại học)	
Kiến thức	Ký hiệu
Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo	KN1
Kiến thức về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc	KN 2
Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật	KN 3
Kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể	KN 4
Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động chuyên môn	KN 5
Kỹ năng	Ký hiệu
Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp	SK1
Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác	SK2
Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi	SK3
Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm	SK4

Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tài, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp	SK5
Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam	SK6
Mức tự chủ và trách nhiệm	Ký hiệu
Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm	CP1
Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định	CP2
Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân	CP3
Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động	CP4

Bảng 1.3. Đối sánh chuẩn đầu ra chương trình đào tạo ngành Marketing với khung trình độ Quốc gia Việt Nam

Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo [1]		Đáp ứng Khung trình độ quốc gia (bậc 6) [2]
1. Kiến thức		
1.1. Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý		KN2, KN3, KN4, KN5
1.2. Phân tích kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết chuyên sâu trong hoạt động marketing		KN1
2. Kỹ năng		
2.1. Thể hiện đúng kỹ năng nghề nghiệp về marketing bao gồm kỹ năng tư duy hệ thống, phân tích và giải quyết vấn đề trong môi trường hoạt động marketing		SK1
2.2. Áp dụng chính xác kỹ năng tự học, nghiên cứu và khám phá tri thức trong hoạt động marketing nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung		SK1, SK3
2.3. Thể hiện các phẩm chất cá nhân, đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong công việc		SK2, SK5
2.4. Áp dụng thành thạo kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm trong hoạt động kinh doanh, marketing		SK2, SK3, SK5
2.5. Áp dụng thành thạo kỹ năng trao đổi thông tin bao gồm kỹ năng sử dụng ngoại ngữ phục vụ công việc trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý		SK5, SK6
3. Mức tự chủ và trách nhiệm		
3.1. Phân tích được bối cảnh xã hội và doanh nghiệp, tự định hướng, áp dụng kiến thức để đưa ra kết luận chuyên môn, ý tưởng, giải pháp đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp và xã hội hoặc khởi nghiệp		CP3
3.2. Áp dụng thành thạo việc lập kế hoạch, điều phối, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động quản trị và kinh doanh, marketing		CP4

Bảng 3.1: Ma trận các học phần và CDR của CTĐT (PLO)

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Chuẩn đầu ra (PLO)								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	0101100651	11200001	C3			P3		P3			
2	0101002298	11200002	C3			P3		P3			
3	0101000476	11200003	C3			P3		P3			
4	0101001625	11200004	C3			P3		P3			
5	0101006322	11200005	C3			P3		P3			
6	0101102246	14202001	C3			P3			P3		
7	0101102247	14200202	C3			P3			P3		
8	0101102248	14200203	C3			P3			P3		

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Chuẩn đầu ra (PLO)								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
9	0101001657	16200004	C3					P2		R3	
10	0101001662	16200005	C3			P3				R3	
11	0101001669	16200006	C3					P3		R3	
12	0101001677	16200007	C3					P3		R3	
13	0101001703 0101001704 0101001705 0101001706 0101001707 0101001697	16201001	C3			P3		P3			P3
14	0101001693 0101001694 0101101334 0101001695 0101001696 0101001701	16201002	C3			P3		P3			P3
15	0101001718 0101001702 0101100929 0101001719 0101100930 0101100931	16201003	C3			P3		P3			P3
16	0101102444	11200013	C3		P3				P4	R4	
17	0101100417	13200010	C3	C3	P3	P3					
18	0101002400	07200444	C3	C3	P3			P3			
19	0101002398	13200017	C3					P4	P4		
20	0101003015	15200022	C3			P3		P3			
21	0101102249	15200033	C3			P3		P3			
22	0101006162	15200003	C3			P3		P3			
23	0101006167	15200004	C3			P3		P3			
24	0101002310	13200053	C3	C3		P3				R3	P3
25	0101002341	13200004	C3	C3		P3					
26	0101002349	13200005		C4	P3			P3			
27	0101102388	13200103	C3	C3	P3		A4				
28	0101007909	13202046		C3	P3					R4	
29	0101102392	13200104		C4		P3		P3		R4	
30	0101101752	13202065		C4				P4		R4	
31	0101003428	12200005	C3		P2			P3			
32	0101102123	13202084	C3	C4			A4				
33	0101003898	13202036		C3				P3		R4	

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Chuẩn đầu ra (PLO)								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
34	0101003104	12200052	C3		P2			P3			P3
35	0101100655	13204059		C3	P3			P3			
36	0101001737	13200015	C3	C4	P3						
37	0101100711	11200065	C3			P3		P3			
38	0101101026	13200014	C3	C3	P3						
39	0101006962	13200101		C4		P3		P3			
40	0101003793	13220012		C3		P3			P4		
41	0101006996	13200023		C3		P3		P3			
42	0101102491	13202114	C3	C4		P3					
43	0101102173	13202080		C3	P3				P4	R4	
44	0101102456	13202100		C4		P3		P4		R4	
45	0101003961	13202041		C4	P3		A4				
46	0101006834	13202037		C4			A4		P4	R4	
47	0101101756	13202066		C4	P3	P3					P4
48	0101101757	13202067	C3			P3		P3		R4	
49	0101101758	13202068		C4				P4		R4	
50	0101101759	13202069		C4	P3			P4		R4	
51	0101101760	13202070		C4				P4		R4	
52	0101102112	13202071		C4				P4		R4	
53	0101100041	13202028		C3	P3			P4		R4	
54	0101101761	13202073		C4		P3			P3		
55	0101102393	13202096		C4		P3		P3		R4	
56	0101102455	13202099		C3	P3			P4		R4	
57	0101003878	13202034	C3					P4	P4		
58	0101002886	13202030		C4	P3		A4				
59	0101101050	13202040		C4	P3			P4			
60	0101102457	13202101				P3		P4	P3		
61	0101102459	13202102		C4						R4	P4
62	0101102458	13205077		C4						R4	P4
63	0101102460	13204059		C4						R4	P4
64	0101102461	13206079		C4		P3			P4	R4	P4
Số lượng HP đáp ứng CDR CTĐT			35	36	19	33	5	39	12	25	10

Bảng 3.3 Ma trận đáp ứng giữa nội dung các học phần và CĐR của CTĐT

[illegible]

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Chuẩn đầu ra (PLO)								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.1	Môn học bắt buộc											
1.1.1	0101100651	11200001	Triết học Mác-Lênin	C3			P3		P3			
1.1.2	0101002298	11200002	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	C3			P3		P3			
1.1.3	0101000476	11200003	Chủ nghĩa xã hội khoa học	C3			P3		P3			
1.1.4	0101001625	11200004	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	C3			P3		P3			
1.1.5	0101006322	11200005	Tư tưởng Hồ Chí Minh	C3			P3		P3			
1.1.6	0101102246	14202001	Anh văn 1	C3			P3			P3		
1.1.7	0101102247	14200202	Anh văn 2	C3			P3			P3		
1.1.8	0101102248	14200203	Anh văn 3	C3			P3			P3		
1.1.9	0101001657	16200004	Giáo dục quốc phòng - an ninh 1	C3					P2		R3	
1.1.10	0101001662	16200005	Giáo dục quốc phòng - an ninh 2	C3			P3				R3	
1.1.11	0101001669	16200006	Giáo dục quốc phòng - an ninh 3	C3					P3		R3	
1.1.12	0101001677	16200007	Giáo dục quốc phòng - an ninh 4	C3					P3		R3	
1.1.13	0101001703 0101001704 0101001705 0101001706 0101001707 0101001697	16201001	Giáo dục thể chất 1	C3			P3		P3			P3
1.1.14	0101001693 0101001694	16201002	Giáo dục thể chất 2	C3			P3		P3			P3

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Chuẩn đầu ra (PLO)								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
	0101101334 0101001695 0101001696 0101001701											
1.1.15	0101001718 0101001702 0101100929 0101001719 0101100930 0101100931	16201003	Giáo dục thể chất 3	C3			P3		P3			P3
1.2	Môn học tự chọn											
1.2.1	0101100417	13200010	Tâm lý học kinh doanh	C3	C3	P3	P3					
1.2.2	0101002400	07200444	Kỹ năng giao tiếp	C3	C3	P3			P3			
1.2.3	0101002398	13200017	Kỹ năng đàm phán	C3					P4	P4		
1.2.4	0101003015	15200022	Logic học	C3			P3		P3			
1.2.5	0101102249	15200033	Xác suất và thống kê	C3			P3		P3			
1.2.6	0101006162	15200003	Toán cao cấp C1	C3			P3		P3			
1.2.7	0101006167	15200004	Toán cao cấp C2	C3			P3		P3			
1.2.8	0101002310	13200053	Kinh tế lượng	C3	C3		P3				R3	P3
1.2.9	0101003104	12200052	Lý thuyết tài chính tiền tệ	C3		P2			P3			P3
2. Kiến thức cơ sở ngành												
2.1. Môn bắt buộc												
2.1.1	0101102444	11200013	Luật kinh doanh	C3		P3				P4	R4	
2.1.2	0101002341	13200004	Kinh tế vi mô*	C3	C3		P3					
2.1.3	0101002349	13200005	Kinh tế vĩ mô		C4	P3			P3			
2.1.4	0101102388	13200103	Quản trị học	C3	C3	P3		A4				
2.1.5	0101007909	13202046	Thống kê ứng dụng		C3	P3					R4	
2.1.6	0101102392	13200104	Marketing căn bản*		C4		P3		P3		R4	
2.1.7	0101101752	13202065	Marketing		C4				P4		R4	

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Chuẩn đầu ra (PLO)								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
			dịch vụ									
2.1.8	0101003428	12200005	Nguyên lý kế toán	C3		P2			P3			
2.1.9	0101102123	13202084	Nghiên cứu thị trường	C3	C4			A4				
2.1.10	0101003898	13202036	Quản trị chiến lược		C3				P3		R4	
2.1.11	0101102455	13202099	Thực hành quảng cáo		C3	P3			P4		R4	
2.2. Môn tự chọn												
2.2.1	0101100655	13204059	Chính sách thương mại quốc tế		C3	P3			P3			
2.2.2	0101001737	13200015	Hành vi tổ chức	C3	C4	P3						
2.2.3	0101100711	11200065	Luật thương mại quốc tế	C3			P3		P3			
2.2.4	0101006962	13200101	Quản trị kênh phân phối		C4		P3		P3			
2.2.5	0101003793	13220012	Quan hệ công chúng		C3		P3			P4		
2.2.6	0101006996	13200023	Quản trị quan hệ khách hàng		C3		P3		P3			
2.2.7	0101102491	13202114	Quản trị thương hiệu	C3	C4		P3					
2.2.8	0101102173	13202080	Thương mại điện tử		C3	P3				P4	R4	
2.2.9	0101102393	13202096	Marketing quốc tế		C4		P3		P3		R4	
3. Kiến thức chuyên ngành												
3.1. Môn bắt buộc												
3.1.1	0101101026	13200014	Hành vi người tiêu dùng	C3	C3	P3						
3.1.2	0101102456	13202100	Marketing thương mại		C4		P3		P4		R4	
3.1.3	0101003961	13202041	Quản trị nguồn nhân lực		C4	P3		A4				
3.1.4	0101006834	13202037	Quản trị		C4			A4		P4	R4	

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Chuẩn đầu ra (PLO)								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
			chuỗi cung ứng									
3.1.5	0101101756	13202066	Sáng tạo nội dung số		C4	P3	P3					P4
3.1.6	0101101757	13202067	Marketing kỹ thuật số*	C3			P3		P3		R4	
3.1.7	0101101758	13202068	Marketing truyền thông mạng xã hội và di động		C4				P4		R4	
3.1.8	0101101759	13202069	Marketing công cụ tìm kiếm		C4	P3			P4		R4	
3.1.9	0101101760	13202070	Marketing trực tiếp		C4				P4		R4	
3.1.10	0101102112	13202071	B2B Marketing		C4				P4		R4	
3.1.11	0101100041	13202028	Truyền thông marketing tích hợp		C3	P3			P4		R4	
3.1.12	0101101761	13202073	Xây dựng kế hoạch marketing*		C4		P3			P3		
3.1.13	0101102457	13202101	Anh văn chuyên ngành Marketing*				P3		P4	P3		
3.1.14	0101102459	13202102	Thiết kế giải pháp quản trị marketing		C4						R4	P4
3.1.15	0101102458	13205077	Kiến tập ngành Marketing*		C4						R4	P4
3.1.16	0101102460	13204059	Thực tập tốt nghiệp ngành Marketing*		C4						R4	P4
3.1.17	0101102461	13206079	Khóa luận tốt nghiệp		C4		P3			P4	R4	P4

STT	Mã học phần	Mã tự quản	Tên học phần	Chuẩn đầu ra (PLO)								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
			ngành Marketing*									
3.2. Môn tự chọn												
3.2.1	0101003878	13202034	Quản trị bán hàng	C3					P4	P4		
3.2.2	0101002886	13202030	Lập kế hoạch kinh doanh		C4	P3		A4				
3.2.3	0101101050	13202040	Quản trị kinh doanh quốc tế		C4	P3			P4			

Bảng 5.1. Sự phù hợp của hoạt động kiểm tra, đánh giá đối với các CĐR của CTĐT

Ký hiệu	ND chuẩn đầu ra	Hoạt động kiểm tra đánh giá	Công cụ đánh giá	Ghi chú
PLO1	Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Thảo luận nhóm	Đáp án, Rubric	
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Trắc nghiệm	Đáp án, Rubric	
		Viết	Đáp án	
		Thuyết trình	Rubric	
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO2	Phân tích kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết chuyên sâu trong hoạt động marketing	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Thảo luận nhóm	Đáp án, Rubric	
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo	Rubric	

Ký hiệu	ND chuẩn đầu ra	Hoạt động kiểm tra đánh giá	Công cụ đánh giá	Ghi chú
		tiểu luận		
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Trắc nghiệm	Đáp án, Rubric	
		Viết	Đáp án	
		Thuyết trình	Rubric	
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO3	Thể hiện đúng kỹ năng nghề nghiệp về marketing bao gồm kỹ năng tư duy hệ thống, phân tích và giải quyết vấn đề trong môi trường hoạt động marketing	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Trắc nghiệm	Đáp án, Rubric	
		Viết	Đáp án	
		Thuyết trình	Rubric	
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO4	Áp dụng chính xác kỹ năng tự học, nghiên cứu và khám phá tri thức trong hoạt động marketing nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Trắc nghiệm	Đáp án, Rubric	
		Viết	Đáp án	
		Thuyết trình	Rubric	
		Tiểu luận	Rubric	

Ký hiệu	ND chuẩn đầu ra	Hoạt động kiểm tra đánh giá	Công cụ đánh giá	Ghi chú
		(kết thúc HP)		
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO5	Thể hiện các phẩm chất cá nhân, đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong công việc	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Trắc nghiệm	Đáp án, Rubric	
		Viết	Đáp án	
		Thuyết trình	Rubric	
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO6	Áp dụng thành thạo kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm trong hoạt động kinh doanh, marketing	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Đánh giá chuyên cần	Rubric	
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO7	Áp dụng thành thạo kỹ năng trao đổi thông tin bao gồm kỹ năng sử dụng ngoại ngữ phục vụ công việc trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Đánh giá chuyên cần	Rubric	
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo	Rubric	

Ký hiệu	ND chuẩn đầu ra	Hoạt động kiểm tra đánh giá	Công cụ đánh giá	Ghi chú
		tiểu luận		
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO8	Phân tích được bối cảnh xã hội và doanh nghiệp, tự định hướng, áp dụng kiến thức để đưa ra kết luận chuyên môn, ý tưởng, giải pháp đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp và xã hội hoặc khởi nghiệp	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Đánh giá chuyên cần	Rubric	
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Viết	Đáp án	
		Thuyết trình	Rubric	
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	
PLO9	Áp dụng thành thạo việc lập kế hoạch, điều phối, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động quản trị và kinh doanh, marketing	<i>Đánh giá quá trình</i>		
		Đánh giá chuyên cần	Rubric	
		Bài tập nhóm	Đáp án, Rubric	
		Báo cáo tiểu luận	Rubric	
		Viết	Đáp án	
		<i>Đánh giá tổng kết/định kỳ</i>		
		Tiểu luận (kết thúc HP)	Rubric	
		Thực hành	Phiếu chấm, Rubric	

**Phụ lục IV.1. Sự tương thích của mục tiêu đào tạo trình độ ĐH ngành
Marketing với tầm nhìn, sứ mạng của Trường, của Khoa Thương mại phù
hợp với các quy định**

Mục tiêu CTĐT	Tầm nhìn/ sứ mạng Trường	Luật GD Đại học	VQF
Người học tốt nghiệp hình thành được khả năng tự chủ, tự định hướng và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân; phân tích được bối cảnh xã hội và doanh nghiệp để đưa ra kết luận chuyên môn, có khả năng lập kế hoạch, điều phối, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động kinh doanh, Marketing. Người học tốt nghiệp có khả năng áp dụng được kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý; phân tích được kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết chuyên sâu ngành Marketing để phân tích, đánh giá, quản lý và giải quyết các	Sứ mạng: - Đào tạo nguồn nhân lực có đạo đức, kiến thức và kỹ năng đáp ứng yêu cầu của xã hội; - Nghiên cứu khoa học, chuyên giao công nghệ và phát triển công nghiệp, thương mại, dịch vụ đa ngành, đa lĩnh vực; - Thực hiện trách nhiệm xã hội, phục vụ cộng đồng và xã hội. Tầm nhìn: Trở thành đại học ứng dụng và đổi mới sáng tạo có vị thế trên thế giới tiên phong trong lĩnh vực Công Thương.	Đào tạo trình độ đại học để sinh viên có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo	Kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo. - Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật. - Kiến thức về công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu công việc. - Kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể. - Kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động chuyên môn. Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp. - Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác. - Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi. - Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm. - Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyên tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp. - Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam. Mức độ tự chủ và trách nhiệm - Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá

Mục tiêu CTĐT	Tầm nhìn/ sứ mạng Trường	Luật GD Đại học	VQF
vấn đề chuyên môn.			nhân và trách nhiệm đối với nhóm. - Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định. - Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân. - Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động.

Phụ lục IV.2. Ma trận kết nối giữa CDR CTĐT với VQF bậc ĐH, nhu cầu doanh nghiệp và xu hướng phát triển của ngành

CĐ R	KT 1	KT 2	KT 3	KT 4	KT 5	KN 1	KN 2	KN 3	KN 4	KN 5	KN 6	TC 1	TC 2	TC 3	TC 4
PL O1	X	X	X	X	X										
PL O2						X	X	X						X	
PL O3						X	X	X						X	
PL O4						X	X	X						X	
PL O5						X	X	X						X	
PL O6									X	X	X	X			
PL O7									X	X	X	X			
PL O8														X	X
PL O9														X	X

Phụ lục IV.3. Đối sánh CDR của CTĐT với các trường khác

TIÊU CHÍ CDR	CTĐT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
Kiến thức	PLO1: Áp dụng kiến thức cơ bản về khoa học và xã hội trong lĩnh vực	Tổng hợp được nền tảng kiến thức cơ bản về kinh doanh, phương pháp luận, nhân sinh quan, thế giới	Hiểu và giải thích được kiến thức đại cương về triết học, an ninh quốc phòng, chính trị và

TIÊU CHÍ CDR	CTĐT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
	kinh doanh và quản lý PLO2: Phân tích kiến thức thực tế vững chắc, kiến thức lý thuyết chuyên sâu trong hoạt động marketing	quan và quy luật phát triển của xã hội loài người để học tập, nghiên cứu và làm việc, tư duy về lý luận chính trị. Áp dụng kiến thức cơ bản về Marketing và năng lực ngoại ngữ để học tập, nghiên cứu và làm việc; có khả năng áp dụng và thực hành tại doanh nghiệp. Áp dụng kiến thức chuyên sâu về Marketing, xuất nhập khẩu, thương mại và đầu tư quốc tế, logistics và quản lý chuỗi cung ứng, pháp luật trong các hoạt động Marketing. Áp dụng kiến thức thực hành chiến lược, mô hình, phương thức và nghiệp vụ Marketing tại Việt Nam và nước ngoài.	pháp luật, kinh tế và khoa học xã hội. Áp dụng kiến thức cơ bản về quản lý và điều hành các hoạt động của ngành Marketing bao gồm kiến thức về Marketing, marketing, quản trị học, tài chính, logistics, thương mại để điều hành các hoạt động chuyên môn. Phân tích và áp dụng sáng tạo và kiến thức thực tế sâu rộng của ngành Marketing bao gồm quản trị chiến lược đa quốc gia, chuỗi cung ứng toàn cầu, dự án Marketing, quản trị đa văn hóa. Nắm chắc kiến thức về lập kế hoạch, tổ chức, giám sát hoạt động Marketing. Áp dụng kiến thức công nghệ thông tin (ERP, dữ liệu, mạng truyền thông, internet, phần mềm, hệ thống thông tin) phục vụ cho quản trị, phân tích kinh doanh và điều hành hoạt động Marketing.
Kỹ năng	PLO3: Thể hiện đúng kỹ năng nghề nghiệp về marketing bao gồm kỹ năng tư duy hệ thống, phân tích và giải quyết vấn đề	Kỹ năng phân tích những vấn đề lý luận và thực tiễn trong hoạt động kinh doanh tại Việt Nam và thế giới. Kỹ năng áp dụng, khám phá kiến thức Marketing trong môi trường kinh doanh đa	Khả năng phân tích đánh giá môi trường Marketing, sáng tạo trong giải quyết vấn đề phức tạp liên quan đến lĩnh vực Marketing bao gồm phát hiện vấn đề, phân tích vấn đề, đưa ra

TIÊU CHÍ CDR	CTĐT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
	trong môi trường hoạt động marketing PLO4: Áp dụng chính xác kỹ năng tự học, nghiên cứu và khám phá tri thức trong hoạt động marketing nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung PLO5: Thể hiện các phẩm chất cá nhân, đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp trong công việc PLO6: Áp dụng thành thạo kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm trong hoạt động	văn hoá. Kỹ năng chuyển giao kiến thức lý luận, kinh nghiệm nghề nghiệp trong hoạt động kinh doanh tại Việt Nam và thế giới. Nghiên cứu và phát triển, đổi mới và sáng tạo, thiết lập các ý tưởng, mô hình kinh doanh và phương pháp mới trong hoạt động Marketing. <i>Kỹ năng bổ trợ (kỹ năng chung)</i> Tự học tập và nghiên cứu. Làm việc nhóm, lập kế hoạch phát triển nghề nghiệp. Giao tiếp, thuyết trình và truyền đạt thông tin. <i>Về trình độ ngoại ngữ:</i> Sử dụng thành thạo một trong các ngoại ngữ tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung, tiếng Nhật, tiếng Nga (Bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam ban hành kèm theo Thông tư số 01/2014/TT-BGDĐT). <i>Về trình độ tin học:</i> Sử dụng thành thạo tin học văn phòng (trình độ CNTT cơ bản theo quy định Thông tư 03/2014/TT-BTTTT).	các hướng giải quyết. Áp dụng kỹ năng khởi nghiệp, tạo ra việc làm cho bản thân và cộng đồng. Hiểu được các kỹ năng phản biện phê phán và vận dụng tư duy sáng tạo góp phần đổi mới và cải tiến liên tục trong công việc. Vận dụng được tư duy hệ thống và logic bao gồm tập trung vào việc giải quyết các vấn đề chính và tuân thủ các chuẩn mực trong môi trường Marketing. Thành thạo các kỹ năng đánh giá chất lượng công việc và kết quả thực hiện và đề ra các giải pháp để cải tiến chất lượng công việc. Thành thạo các kỹ năng làm việc nhóm bao gồm tổ chức và lãnh đạo nhóm, và hợp tác tốt với mọi người để xây dựng một nhóm làm việc hiệu quả. Thành thạo các kỹ năng giao tiếp và thuyết trình hiệu quả, biết lắng nghe, truyền đạt rõ ràng, giao tiếp tự tin, thuyết trình thuyết phục trước công chúng và khách hàng. Sử dụng được Tiếng Anh trong công việc, đạt được trình độ

TIÊU CHÍ CDR	CTĐT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
			TOEIC 600 khi ra trường cũng như kỹ năng tìm kiếm, đọc và tổng hợp tài liệu tiếng Anh từ các nguồn quốc tế uy tín.
Thái độ/Tự chủ	PLO8: Phân tích được bối cảnh xã hội và doanh nghiệp, tự định hướng, áp dụng kiến thức để đưa ra kết luận chuyên môn, ý tưởng, giải pháp đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp và xã hội hoặc khởi nghiệp PLO9: Áp dụng thành thạo việc lập kế hoạch, điều phối, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động quản trị và kinh doanh, marketing	Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm. Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ. Tự định hướng, đưa ra quyết định chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân. Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động.	Vận dụng được khả năng làm việc độc lập hoặc theo nhóm và chịu trách nhiệm cá nhân. Thể hiện được năng lực quản lý và lãnh đạo. Hướng dẫn giám sát người khác thực hiện nhiệm vụ. Vận dụng tinh thần đạo đức, công bằng và trách nhiệm với cộng đồng bao gồm giữ chữ tín và cam kết; nghiêm túc tuân thủ nội quy, quy định của Nhà nước, tổ chức và doanh nghiệp; tham gia giải quyết các vấn đề đạo đức xã hội và có đạo đức nghề nghiệp. Hiểu được Tinh thần học tập suốt đời: tự nghiên cứu khoa học, nâng cao và đổi mới kiến thức, biết cách cập nhật và vận dụng lý thuyết vào thực tiễn vận hành; nâng cao khả năng nhận biết điểm mạnh yếu trong nguồn lực bản thân và bên ngoài giúp tự cải thiện nâng cao năng lực, cũng như tổ chức và sắp xếp công việc, chủ động lập kế hoạch

TIÊU CHÍ CĐR	CTĐT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT	TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
			nghề nghiệp cá nhân. Coi trọng giá trị về việc lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, quản trị sự thay đổi trong môi trường Marketing.