

**CHUẨN ĐẦU RA**  
**TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO: CAO ĐẲNG**  
**NGÀNH/NGHỀ ĐÀO TẠO: MARKETING**

*(Kèm quyết định số: 201/QĐ-CĐCNTT, ngày 28 tháng 12 năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Cao Đẳng Công nghệ Thông tin TP.HCM)*

**1. Mục tiêu đào tạo:**

**PO1:** Sinh viên tốt nghiệp có phẩm chất chính trị, đạo đức, sức khỏe tốt và tuân thủ các nguyên tắc đạo đức trong công việc. Có tinh thần trách nhiệm đối với xã hội, bảo vệ quyền lợi cộng đồng và đảm bảo các chiến dịch marketing không vi phạm quyền lợi người tiêu dùng hoặc các chuẩn mực xã hội.

**PO2:** Sinh viên hiểu rõ kiến thức cơ bản về Kinh tế, xã hội và ứng dụng trong các chiến lược Digital Marketing. Sinh viên thực hiện đúng các công việc chuyên môn trong lĩnh vực Digital Marketing, bao gồm SEO, SEM, Social Media Marketing, Content Marketing, Email Marketing, và các công cụ phân tích dữ liệu. Sinh viên sáng tạo, đề xuất giải pháp nhằm tối ưu hóa hiệu quả công việc và chiến dịch marketing trong môi trường kỹ thuật số.

**PO3:** Sinh viên có khả năng sử dụng ngoại ngữ (tiếng Anh) trong công việc chuyên môn, giao tiếp hiệu quả với đối tác và khách hàng quốc tế. Sinh viên sử dụng thành thạo các phần mềm tin học văn phòng (Word, Excel, PowerPoint), cùng với các công cụ chuyên ngành Digital Marketing như Google Analytics, SEMrush, và các phần mềm quản lý chiến dịch marketing.

**PO4:** Sinh viên được trang bị các kỹ năng mềm cần thiết cho công việc chuyên môn như kỹ năng giao tiếp, đàm phán, làm việc nhóm và thuyết trình. Sinh viên có khả năng giải quyết vấn đề, quản lý thời gian hiệu quả và ứng phó với các tình huống phát sinh trong môi trường marketing kỹ thuật số.

**PO5:** Sinh viên có thái độ chuẩn mực trong công việc và giao tiếp hằng ngày, luôn duy trì tính chuyên nghiệp và trách nhiệm trong mọi hoạt động marketing. Sinh viên có tinh thần

trách nhiệm cao trong việc hoàn thành công việc, đồng thời thể hiện thái độ cầu tiến, chủ động học hỏi và sáng tạo trong công việc.

## 2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo:

Cấp 1	Cấp 2	Cấp 3	Diễn giải chi tiết
1. Tư duy (tư duy chung và tư duy ngành Digital Marketing)	1.1. Tư duy phân tích và giải quyết vấn đề	1.1.1. Phân tích dữ liệu chiến dịch	- Sinh viên có khả năng phân tích sâu các dữ liệu và thông tin liên quan đến chiến dịch Digital Marketing, từ đó nhận diện vấn đề, xác định nguyên nhân và đưa ra các giải pháp tối ưu.
		1.1.2. Ứng dụng công cụ phân tích như Google Analytics, SEO tools	- Sinh viên thành thạo các công cụ và phương pháp phân tích dữ liệu như Google Analytics, Facebook Insights, và các công cụ khác, hiểu rõ cách tối ưu hóa chi phí và hiệu quả của chiến dịch.
	1.2. Tư duy hệ thống	1.2.1. Đánh giá hệ thống kênh Digital Marketing	- Sinh viên có tư duy hệ thống để hiểu rõ sự kết nối và tương tác giữa các kênh Digital Marketing như SEO, SEM, Email Marketing, và Social Media.
		1.2.2. Tích hợp các kênh để xây dựng chiến lược toàn diện	- Sinh viên nắm bắt cách mỗi kênh Digital Marketing tác động đến nhau và tối ưu hóa chiến lược tổng thể.
	1.3. Tư duy chiến lược	1.3.1. Lập kế hoạch Digital Marketing	- Sinh viên cần biết lập kế hoạch chiến lược dài hạn, phát triển và điều chỉnh kế hoạch Digital Marketing để đáp ứng nhu cầu thị trường và đạt hiệu quả cao.
		1.3.2. Dự báo xu hướng và hành vi khách hàng	- Sinh viên có khả năng dự báo các xu hướng ngành, nhận biết rủi ro và phát triển các phương án dự phòng hiệu quả.
	1.4. Tư duy sáng tạo và đổi mới	1.4.1. Sáng tạo nội dung và chiến dịch Digital Marketing	- Sinh viên tư duy sáng tạo để thiết kế nội dung, chiến dịch quảng cáo, và giải pháp tiếp cận khách hàng mới lạ, thu hút.
		1.4.2. Đổi mới công nghệ và phương pháp tiếp cận khách hàng	- Sinh viên phát triển kỹ năng đổi mới để đáp ứng nhu cầu thay đổi nhanh chóng của ngành Digital Marketing.

	1.5. Tư duy toàn cầu	1.5.1. Hiểu thị trường quốc tế trong Digital Marketing	- Sinh viên hiểu rõ các yếu tố quốc tế ảnh hưởng đến Digital Marketing như văn hóa, chính sách, và quy định pháp luật trong bối cảnh toàn cầu.
		1.5.2. Áp dụng chiến lược đa quốc gia và tuân thủ tiêu chuẩn toàn cầu	- Sinh viên biết cách áp dụng kiến thức Digital Marketing vào môi trường đa quốc gia, tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế để tối ưu hiệu quả và giảm thiểu rủi ro.
2. Kiến thức (ngành Digital Marketing)	2.1. Kiến thức chung về kinh tế, xã hội	2.1.1. Hiểu kiến thức cơ bản về kinh tế và xã hội	- Sinh viên nắm vững kiến thức nền tảng về kinh tế học, pháp luật, và các yếu tố xã hội để hiểu môi trường kinh doanh và cách các yếu tố này ảnh hưởng đến Digital Marketing.
		2.1.2. Phân tích dữ liệu và xu hướng thị trường	- Sinh viên có khả năng phân tích dữ liệu và xu hướng thị trường để ra quyết định phù hợp với chiến lược Digital Marketing.
	2.2. Hiểu cơ bản về quản trị, tài chính, marketing	2.2.1. Hiểu về quản trị doanh nghiệp và chiến lược tiếp thị	- Sinh viên hiểu các khái niệm quản trị doanh nghiệp và chiến lược tiếp thị để tổ chức và quản lý chiến dịch hiệu quả.
		2.2.2. Hiểu về ngân sách quảng cáo và phân tích tài chính trong marketing	- Sinh viên nắm được cách lập ngân sách quảng cáo, phân tích chi phí và đánh giá hiệu quả tài chính trong các chiến dịch Digital Marketing.
	2.3. Hiểu kiến thức chuyên môn lĩnh vực Digital Marketing	2.3.1. Hiểu về các kênh tiếp thị kỹ thuật số như SEO, SEM, Social Media	- Sinh viên hiểu rõ các kênh tiếp thị kỹ thuật số như SEO, SEM, Social Media và cách sử dụng chúng để đạt mục tiêu tiếp thị.
		2.3.2. Hiểu biết chuyên sâu về tối ưu hóa SEO và quản lý chiến dịch quảng cáo	- Sinh viên áp dụng các kỹ thuật tối ưu hóa SEO, quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google Ads và các nền tảng khác.
		2.3.3. Hiểu cách xây dựng chiến lược marketing toàn cầu	- Sinh viên có khả năng xây dựng chiến lược marketing toàn cầu, đáp ứng các yêu cầu quốc tế và văn hóa địa phương.
		2.3.4. Hiểu về thương mại điện tử và chuyển đổi số trong tiếp thị	- Sinh viên hiểu cách tích hợp thương mại điện tử và chuyển đổi số để tối ưu hóa hiệu quả tiếp thị.

		2.3.5. Hiểu về quản trị rủi ro và an toàn dữ liệu trong Digital Marketing	- Sinh viên được đào tạo về quản trị rủi ro dữ liệu, bảo mật thông tin và an toàn trong các chiến dịch Digital Marketing.	
3. Kỹ năng chuyên môn/ngành nghiệp (Digital Marketing)	3.1. Vận dụng kiến thức thực hiện công việc chuyên môn đạt hiệu quả	3.1.1. Lập được kế hoạch và quản lý chiến dịch Digital Marketing	- Sinh viên có khả năng lập kế hoạch và quản lý các chiến dịch Digital Marketing toàn diện, bao gồm từ nghiên cứu đối tượng đến triển khai và đo lường.	
		3.1.2. Vận dụng công cụ quảng cáo và quản lý ngân sách	- Sinh viên vận dụng hiệu quả các công cụ như Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads để tối ưu hóa ngân sách và hiệu quả chiến dịch.	
		3.1.3. Quản lý nội dung và các kênh truyền thông	- Sinh viên quản lý và phát triển nội dung phù hợp trên các kênh truyền thông như mạng xã hội, email marketing và các nền tảng khác.	
		3.1.4. Quản lý được dự án Digital Marketing	- Sinh viên biết cách lập kế hoạch, phân bổ nguồn lực, giám sát tiến độ và đánh giá hiệu quả của các dự án Digital Marketing.	
		3.2.1. Phân tích và dự báo xu hướng Digital Marketing	- Sinh viên biết sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu như Google Analytics để dự báo xu hướng và hành vi khách hàng.	
	3.2. Sáng tạo trong thực hành nghề nghiệp Digital Marketing	3.2.2. Phân tích, tối ưu hóa chi phí và đo lường hiệu quả chiến dịch	- Sinh viên biết phân tích chi phí, đo lường hiệu quả và tối ưu hóa chiến dịch Digital Marketing dựa trên dữ liệu thực tế.	
		3.2.3. Áp dụng quy trình pháp lý và tiêu chuẩn quốc tế trong Digital Marketing	- Sinh viên hiểu và áp dụng các tiêu chuẩn pháp lý và quy định quốc tế trong quảng cáo số, bảo vệ dữ liệu và an toàn thông tin.	
		3.2.4. Đàm phán và xây dựng quan hệ đối tác trong môi trường số	- Sinh viên có khả năng đàm phán và xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác trong môi trường số để đạt được mục tiêu chung.	
	4. Kỹ năng công nghệ thông tin (Digital Marketing)	4.1. Quản lý và phân tích dữ liệu	4.1.1. Xử lý được dữ liệu trong Digital Marketing	- Sinh viên có khả năng thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu từ các nền tảng Digital Marketing như Google Analytics, Facebook Insights, và các công cụ tương tự.

		4.1.2. Thực hiện quản lý và bảo mật thông tin	- Sinh viên nhận thức được các rủi ro về an ninh mạng, hiểu và áp dụng các biện pháp bảo mật thông tin, bao gồm quản lý quyền truy cập và bảo vệ dữ liệu khách hàng trong môi trường số.
	4.2. Sử dụng thành thạo các công cụ và hệ thống quản lý hiện đại	4.2.1. Sử dụng được các công cụ hỗ trợ tự động hóa và tối ưu hóa chiến dịch	- Sinh viên biết cách sử dụng các công cụ tự động hóa quy trình Digital Marketing, như email marketing automation hoặc các công cụ tối ưu hóa quảng cáo.
		4.2.2. Sử dụng được các phần mềm chuyên ngành Digital Marketing	- Sinh viên hiểu và sử dụng thành thạo các phần mềm chuyên ngành Digital Marketing, bao gồm CRM, quản lý chiến dịch quảng cáo, và các hệ thống theo dõi hiệu suất.
		4.2.3. Khai thác dữ liệu lớn (Big Data) và AI trong Digital Marketing	- Sinh viên có kiến thức cơ bản về Big Data và AI để tận dụng các công nghệ phân tích dữ liệu nhằm tối ưu hóa chiến lược Digital Marketing và giám sát hiệu quả theo thời gian thực.
5. Kỹ năng ngoại ngữ (Digital Marketing)	5.1. Giao tiếp bằng ngoại ngữ	5.1.1. Giao tiếp cơ bản và chuyên ngành bằng tiếng Anh	- Sinh viên có khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh ở mức độ cơ bản và chuyên ngành để thực hiện tốt các công việc trong lĩnh vực Digital Marketing, bao gồm trao đổi qua email, hội thoại trực tiếp, và giao tiếp trong các cuộc họp, đàm phán với đối tác quốc tế.
		5.1.2. Đàm phán và thương thảo bằng tiếng Anh	- Sinh viên có khả năng đàm phán và thương thảo bằng tiếng Anh để thương lượng với đối tác quốc tế về ngân sách, nội dung chiến dịch, thời gian thực hiện, và các chi tiết hợp đồng.
	5.2. Sử dụng thành thạo ngoại ngữ trong công việc chuyên môn	5.1.3. Lắng nghe và ghi chú trong cuộc họp và hội thảo quốc tế	- Sinh viên có khả năng lắng nghe và hiểu các cuộc họp, hội thảo chuyên ngành hoặc hội nghị quốc tế về Digital Marketing bằng tiếng Anh, ghi chú chính xác để nắm bắt thông tin và ý kiến từ các bên.

		5.2.1. Đọc hiểu tài liệu chuyên ngành Digital Marketing bằng tiếng Anh	- Sinh viên có khả năng đọc hiểu và nắm bắt thông tin từ các tài liệu chuyên ngành Digital Marketing, báo cáo hiệu suất, hợp đồng quảng cáo, và các quy định pháp lý bằng tiếng Anh.
		5.2.2. Thích ứng với ngôn ngữ và văn hóa Digital Marketing quốc tế	- Sinh viên có khả năng sử dụng ngôn ngữ và am hiểu về văn hóa làm việc, tập quán kinh doanh Digital Marketing của các đối tác quốc tế để giao tiếp hiệu quả và xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài.
		5.2.3. Ứng dụng ngoại ngữ trong công nghệ và phần mềm Digital Marketing	- Sinh viên biết cách sử dụng các phần mềm Digital Marketing (như CRM, marketing automation tools) có giao diện bằng tiếng Anh, đọc hiểu các hướng dẫn sử dụng và xử lý các vấn đề kỹ thuật phát sinh.
6. Kỹ năng mềm (Digital Marketing)	6.1. Kỹ năng giao tiếp	6.1.1. Kỹ năng thuyết trình	- Sinh viên có khả năng thuyết trình rõ ràng, mạch lạc, và chuyên nghiệp trước một nhóm hay đám đông về các chiến dịch Digital Marketing.
		6.1.2. Kỹ năng đàm phán và thuyết phục	- Sinh viên biết cách xây dựng lập luận, lắng nghe, và đưa ra các đề xuất phù hợp trong việc thương thảo các chiến lược Digital Marketing.
		6.1.3. Kỹ năng làm việc nhóm và hợp tác	- Sinh viên biết cách hỗ trợ, phối hợp và tận dụng sức mạnh của các thành viên khác trong nhóm để hoàn thành các dự án Digital Marketing hiệu quả.
	6.2. Kỹ năng quản lý	6.2.1. Kỹ năng quản lý thời gian	- Sinh viên biết cách sắp xếp công việc ưu tiên, lập kế hoạch và phân bổ thời gian hiệu quả cho từng nhiệm vụ trong các chiến dịch Digital Marketing.
		6.2.2. Kỹ năng lãnh đạo	- Sinh viên có thể trở thành người dẫn dắt nhóm, biết cách lập kế hoạch, phân công công việc, khuyến khích đồng đội, và giải quyết xung đột trong quá trình thực hiện các dự án Digital Marketing.

7. Thái độ (Digital Marketing)	7.1. Kỷ luật, trách nhiệm và cam kết	7.1.1. Thực hiện kỷ luật và tuân thủ quy định	- Sinh viên có thái độ kỷ luật, biết tuân thủ quy định của tổ chức, các nguyên tắc và các quy chuẩn trong quản lý chiến dịch Digital Marketing.
		7.1.2. Chịu trách nhiệm và cam kết với công việc	- Sinh viên có tinh thần trách nhiệm cao, cam kết hoàn thành các nhiệm vụ được giao đúng hạn và đảm bảo chất lượng chiến dịch Digital Marketing.
	7.2. Trung thực, liêm chính và ý thức trách nhiệm xã hội	7.2.1. Trung thực, liêm chính	- Sinh viên có thái độ trung thực trong báo cáo, minh bạch trong việc phân tích dữ liệu và đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp Digital Marketing.
		7.2.2. Ý thức trách nhiệm xã hội	- Sinh viên có ý thức bảo vệ quyền lợi khách hàng, cam kết xây dựng chiến lược Digital Marketing bền vững và thân thiện với môi trường.
	7.3. Cầu thị và hợp tác	7.3.1. Cầu thị và biết lắng nghe	- Sinh viên sẵn sàng tiếp thu ý kiến, góp ý từ đồng nghiệp và cấp trên, qua đó cải thiện và hoàn thiện kỹ năng Digital Marketing.
		7.3.2. Tinh thần hợp tác và làm việc nhóm	- Sinh viên có thái độ tôn trọng, hỗ trợ và phối hợp nhịp nhàng với đồng nghiệp và đối tác để đảm bảo chiến dịch Digital Marketing hoạt động hiệu quả.

**3. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO - Program Learning Outcomes) và Chuẩn đầu ra môn học (CLO – Course Learning Outcomes) trong mối quan hệ với Mục tiêu đào tạo (PO):**

Chuẩn đầu ra (PLO)		Đáp ứng mục tiêu (PO)	CLO	Trình độ năng lực
PLO 1	- Sinh viên có tư duy hệ thống để hiểu rõ sự kết nối và tương tác giữa các kênh Digital Marketing như SEO, SEM, Email Marketing và Social Media.	PO1,P O2,PO 5	<b>CLO1 (Nhập môn Digital Marketing)</b> - Giúp sinh viên làm quen và xây dựng nền tảng Digital Marketing trước khi học chuyên sâu	- Sinh viên nắm được cách triển khai các chiến dịch cơ bản trên SEO, SEM, Social Media, Email Marketing - Sinh viên hiểu tổng quan các kênh Digital

<p>- Sinh viên có khả năng phân tích và xử lý dữ liệu từ các chiến dịch Digital Marketing để nhận diện vấn đề, tìm nguyên nhân và đưa ra giải pháp tối ưu.</p> <p>- Sinh viên đánh giá và phân tích thông tin liên quan đến chiến lược Digital Marketing, đặt câu hỏi và cải thiện các chiến lược hiện tại.</p> <p>- Sinh viên có khả năng lập kế hoạch dài hạn cho chiến lược Digital Marketing, điều chỉnh và phát triển chiến lược để đáp ứng nhu cầu thị trường và tối ưu hóa hiệu quả chiến dịch.</p> <p>- Sinh viên có khả năng tư duy sáng tạo để thiết kế các chiến dịch và nội dung Digital Marketing thu hút và sáng tạo.</p>		<p>- Nắm được tổng quan các kênh Digital Marketing và chiến lược cơ bản. Thực hành triển khai chiến dịch SEO, SEM, Social Media, Email Marketing. Phát triển thái độ chủ động học hỏi và tư duy sáng tạo trong Digital Marketing.</p>	<p>Marketing, chiến lược và công cụ cơ bản</p>
	<p><b>CLO2 (Content Marketing)</b></p> <p>- Giúp sinh viên tạo nội dung thu hút, phù hợp chiến lược Marketing, tối ưu hóa hiệu quả chiến dịch</p> <p>- Nắm được chiến lược Content Marketing, các loại nội dung và cách triển khai. Thực hành viết bài, quản lý kênh Social Media. Phát triển thái độ sáng tạo, kiên nhẫn và chủ động trong sản xuất nội dung.</p>	<p>- Sinh viên nắm được cách xây dựng kế hoạch nội dung, viết bài quảng cáo, quản lý kênh Social Media</p> <p>- Sinh viên hiểu vai trò của nội dung trong Digital Marketing, các loại nội dung và chiến lược phát triển</p>	
	<p><b>CLO3 (Content Marketing)</b></p> <p>- Nắm được vai trò nội dung chuẩn SEO và các kỹ thuật tối ưu. Thực hành viết bài, tối ưu từ khóa, tiêu đề, meta description. Phát triển thái độ sáng tạo, cẩn trọng và tư duy chiến lược.</p> <p>- Giúp sinh viên tạo nội dung hiệu quả, tăng khả năng tiếp cận tự nhiên trên công cụ tìm kiếm</p>	<p>- Sinh viên nắm được cách viết bài, tối ưu từ khóa, tiêu đề, meta description</p> <p>- Sinh viên hiểu vai trò nội dung chuẩn SEO trong chiến dịch Digital Marketing</p>	
	<p><b>CLO4 (Hoạch định chiến lược Marketing số)</b></p> <p>- Nắm được phương pháp lập kế hoạch chiến lược</p>	<p>- Sinh viên nắm được phương pháp phân tích, lập kế hoạch và triển khai chiến lược</p>	

			<p>Digital Marketing. Thực hành phân tích, lập kế hoạch và triển khai chiến dịch. Phát triển thái độ sáng tạo, tư duy chiến lược và chủ động.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên phát triển khả năng tư duy chiến lược và thiết kế chiến dịch Digital Marketing toàn diện</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu cách lập kế hoạch chiến lược Digital Marketing tổng thể</li> </ul>
P L O 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm vững các khái niệm, quy định và nguyên tắc cơ bản của hệ thống pháp luật Việt Nam, bao gồm luật dân sự, luật hình sự, luật hành chính, luật thương mại và các lĩnh vực pháp lý khác.</li> <li>- Hiểu rõ các tư tưởng và triết lý chính trị nền tảng của Việt Nam, đặc biệt là tư tưởng Hồ Chí Minh và chủ nghĩa Mác-Lenin, từ đó có cơ sở lý luận vững chắc để phân tích và đánh giá các vấn đề chính trị, pháp lý.</li> <li>- Sinh viên hiểu rõ kiến thức cơ bản về quốc phòng, an ninh và kỹ năng quân sự, biết áp dụng để thực hiện trách nhiệm bảo vệ tổ quốc, đồng thời phân tích và đánh giá các nguy cơ an ninh để đề xuất giải pháp phù hợp trong bối cảnh hiện đại.</li> <li>- Phát triển kỹ năng thể chất, Cải thiện sức khỏe và thể lực, Xây dựng</li> </ul>	PO1 PO2 PO4	<p><b>CLO5 (Giáo dục chính trị)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cung cấp nền tảng tư tưởng, định hướng giá trị và đạo đức nghề nghiệp, giúp sinh viên nhận thức trách nhiệm xã hội</li> <li>- Nắm được tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ nghĩa Mác-Lenin, hệ thống chính trị Việt Nam.</li> <li>- Phân tích, đánh giá các vấn đề chính trị – xã hội.</li> <li>- Có ý thức trách nhiệm xã hội, tuân thủ pháp luật và chuẩn mực đạo đức.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cơ sở lý luận để phân tích các vấn đề chính trị, pháp luật liên quan đến Digital Marketing</li> <li>- Sinh viên hiểu các tư tưởng chính trị và triết lý nền tảng của Việt Nam</li> </ul>
			<p><b>CLO6 (Giáo dục thể chất)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên duy trì sức khỏe, tăng khả năng học tập và làm việc hiệu quả.</li> <li>- Hiểu các nguyên tắc rèn luyện thể lực, dinh dưỡng và sức khỏe.</li> <li>- Thực hành thể dục thể thao, xây dựng chế độ sinh hoạt lành mạnh.</li> <li>- Ý thức tự chăm sóc sức khỏe, duy trì thể lực ổn định</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được các kỹ năng rèn luyện thể chất, xây dựng thói quen sống lành mạnh</li> <li>- Sinh viên hiểu tầm quan trọng của thể lực, sức khỏe và lối sống lành mạnh</li> </ul>
			<p><b>CLO7 (Giáo dục thể chất)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách thực hiện trách</li> </ul>

	thói quen sống lành mạnh.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trang bị kiến thức về an ninh, quốc phòng và ý thức trách nhiệm công dân.</li> <li>- Hiểu các nguyên tắc quốc phòng, an ninh, chiến lược bảo vệ tổ quốc.</li> <li>- Thực hành kỹ năng quân sự cơ bản, đánh giá nguy cơ, xử lý tình huống.</li> <li>- Có tinh thần trách nhiệm công dân, kỷ luật, tuân thủ nội quy, pháp luật.</li> </ul>	nhiệm bảo vệ tổ quốc, đánh giá nguy cơ và giải pháp an ninh - Sinh viên hiểu kiến thức cơ bản về quốc phòng, an ninh và kỹ năng quân sự
P L O 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu rõ các kiến thức cơ bản về kinh tế học, pháp luật, và các yếu tố xã hội ảnh hưởng đến môi trường Digital Marketing.</li> <li>- Sinh viên có khả năng phân tích và dự báo xu hướng thị trường trong Digital Marketing, từ đó ra quyết định đúng đắn về chiến lược marketing.</li> <li>- Sinh viên nắm vững kiến thức về các công cụ quảng cáo và tài chính trong Digital Marketing, giúp tối ưu hóa ngân sách và hiệu quả chiến dịch.</li> <li>- Sinh viên hiểu và áp dụng các nguyên tắc về luật thương mại và các quy định quốc tế trong Digital Marketing để tuân thủ các quy chuẩn toàn cầu.</li> <li>- Sinh viên nắm vững các khái niệm marketing và có thể xây dựng các chiến lược tiếp thị hiệu quả trong</li> </ul>	PO2 PO3 PO4	<b>CLO8 ( Pháp luật)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên thực hiện chiến dịch Digital Marketing đúng luật, tuân thủ chuẩn mực quốc tế và giảm rủi ro pháp lý</li> <li>- Nắm các luật dân sự, thương mại, hành chính, luật quốc tế liên quan.</li> <li>- Áp dụng luật vào thực tiễn, phân tích rủi ro pháp lý.</li> <li>- Tuân thủ pháp luật, minh bạch và trách nhiệm trong kinh doanh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được các luật, nguyên tắc tuân thủ và ứng dụng trong kinh doanh và marketing</li> <li>- Sinh viên hiểu các quy định pháp luật cơ bản liên quan đến kinh tế, thương mại, Digital Marketing</li> </ul>
			<b>CLO9 ( Kinh tế vi mô)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên áp dụng kiến thức kinh tế vào các quyết định Digital Marketing và kinh doanh</li> <li>- Nắm được nguyên lý cung – cầu, chi phí – lợi ích và các nguyên lý kinh tế cơ bản. Thực hành phân tích thị trường, dự báo xu hướng và ra quyết định chiến lược. Phát triển thái độ tự duy phản biện và ra quyết định đúng đắn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu các nguyên lý kinh tế, cung – cầu, chi phí và lợi ích trong môi trường kinh doanh</li> <li>- Sinh viên nắm được cách phân tích thị trường, dự báo xu hướng, ra quyết định chiến lược</li> </ul>
			<b>CLO10 ( Nguyên lý kế toán)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu vai trò kế toán, báo cáo tài chính và</li> </ul>

	<p>môi trường Digital Marketing.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên quản lý tài chính trong các chiến dịch Marketing và dự án Digital Marketing</li> <li>- Nắm được các nguyên lý kế toán, báo cáo tài chính và quản lý ngân sách. Thực hành đọc, lập và phân tích báo cáo tài chính. Phát triển thái độ cẩn trọng, chính xác và có trách nhiệm trong quản lý tài chính.</li> </ul>	<p>quản lý ngân sách trong doanh nghiệp</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách đọc, lập và phân tích báo cáo tài chính, quản lý chi phí chiến dịch</li> </ul>
			<p><b>CLO11 (Nghiên cứu Marketing)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên ra quyết định Marketing dựa trên dữ liệu, phân tích hành vi khách hàng và tối ưu chiến dịch</li> <li>- Nắm được các phương pháp nghiên cứu thị trường, thu thập và phân tích dữ liệu. Thực hành đánh giá hành vi khách hàng và đưa ra quyết định chiến lược Marketing. Phát triển thái độ chính xác, cẩn trọng và tư duy phản biện.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu vai trò nghiên cứu thị trường, phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu</li> <li>- Sinh viên nắm được cách tiến hành nghiên cứu thị trường, phân tích hành vi khách hàng và đưa ra quyết định chiến lược</li> </ul>
<p>P L O 4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu rõ các kênh tiếp thị kỹ thuật số như SEO, SEM, và Social Media, và có khả năng sử dụng các công cụ này để đạt mục tiêu tiếp thị.</li> <li>- Sinh viên hiểu về thương mại điện tử và chuyển đổi số, áp dụng vào chiến lược Digital Marketing để tối ưu hóa</li> </ul>	<p>PO2 PO3 PO4</p>	<p><b>CLO12 ( Quản trị học)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trang bị kiến thức nền tảng quản trị, hỗ trợ tối ưu hóa chiến dịch và vận hành doanh nghiệp</li> <li>- Nắm được nguyên lý quản trị, hoạch định chiến lược và tổ chức doanh nghiệp. Thực hành quản lý nguồn lực, lập kế hoạch và đánh giá hiệu quả. Phát triển thái độ kỷ luật, trách</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách quản lý nguồn lực, lập kế hoạch, đánh giá hiệu quả các hoạt động Marketing</li> <li>- Sinh viên hiểu các nguyên lý quản trị, hoạch định chiến lược và tổ chức doanh nghiệp</li> </ul>

<p>hiệu quả tiếp cận khách hàng.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên có kiến thức cơ bản về quản lý tài chính trong Digital Marketing, bao gồm lập ngân sách và đánh giá chi phí chiến dịch.</li> <li>- Sinh viên biết cách tối ưu hóa các chiến dịch quảng cáo trên các nền tảng như Google Ads và Facebook Ads để đạt hiệu quả cao nhất.</li> <li>- Sinh viên có khả năng đánh giá rủi ro trong chiến dịch Digital Marketing và đưa ra các phương án dự phòng phù hợp.</li> </ul>		<p>nhiệm và sáng tạo trong quản trị.</p>	
		<p><b>CLO13( Marketing căn bản)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cung cấp cho sinh viên nền tảng Marketing để áp dụng vào Digital Marketing và xây dựng chiến dịch hiệu quả</li> <li>- Nắm được các khái niệm và chiến lược Marketing cơ bản. Thực hành xây dựng chiến lược, xác định khách hàng mục tiêu và định vị sản phẩm. Phát triển thái độ sáng tạo, tư duy chiến lược và chủ động trong công việc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu khái niệm, vai trò và các chiến lược Marketing cơ bản</li> <li>- Sinh viên nắm được cách xây dựng chiến lược Marketing, xác định khách hàng mục tiêu và định vị sản phẩm</li> </ul>
		<p><b>CLO14 (Thương Mại Điện Tử)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên áp dụng kiến thức Digital Marketing vào thương mại điện tử, tối ưu hóa bán hàng và tiếp cận khách hàng</li> <li>- Nắm được mô hình, nền tảng và quy trình TMĐT. Thực hành triển khai chiến lược Marketing trên nền tảng TMĐT. Phát triển thái độ chủ động, sáng tạo và tư duy phân tích thị trường</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu các mô hình, nền tảng và quy trình thương mại điện tử</li> <li>- Sinh viên nắm được cách triển khai chiến lược Digital Marketing trên các nền tảng TMĐT</li> </ul>

		<p><b>CLO15 (Social Media Marketing)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên áp dụng các kênh Social Media để tối ưu hiệu quả tiếp cận và tương tác với khách hàng</li> <li>- Nắm được vai trò của các kênh Social Media và chiến lược tương tác khách hàng. Thực hành quản lý kênh, triển khai chiến dịch và đo lường hiệu quả. Phát triển thái độ sáng tạo, linh hoạt và tư duy phân tích dữ liệu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách quản lý kênh Social Media, triển khai chiến dịch và đo lường hiệu quả</li> <li>- Sinh viên hiểu vai trò các kênh Social Media trong Digital Marketing, cách xây dựng chiến lược và tương tác với khách hàng</li> </ul>
		<p><b>CLO16 (SEO - Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng tự nhiên, tối ưu hóa lưu lượng truy cập và hiệu quả chiến dịch</li> <li>- Nắm được nguyên lý SEO và các kỹ thuật tối ưu hóa website. Thực hành SEO On-page, Off-page và phân tích từ khóa. Phát triển thái độ kiên nhẫn, cẩn trọng và tư duy chiến lược.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách thực hiện SEO On-page, Off-page, phân tích từ khóa và tối ưu hóa website</li> <li>- Sinh viên hiểu nguyên lý hoạt động của công cụ tìm kiếm, cách tối ưu hóa nội dung và website</li> </ul>
		<p><b>CLO17 (Quảng cáo với Google Ads)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên triển khai quảng cáo trực tuyến hiệu quả, tối ưu ngân sách và tăng ROI</li> <li>- Nắm được cách tạo chiến dịch quảng cáo trên Google Ads và tối ưu ngân sách. Thực hành quản lý quảng cáo và phân tích hiệu quả. Phát triển thái độ chủ động, sáng tạo và phân tích dữ liệu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách tạo chiến dịch, quản lý quảng cáo và phân tích hiệu quả trên Google Ads</li> <li>- Sinh viên hiểu cách hoạt động của quảng cáo trả phí trên Google, cách lập kế hoạch và tối ưu ngân sách</li> </ul>

			<p><b>CLO18 (Mobile và Email Marketing)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên tối ưu hóa kênh tiếp cận khách hàng trực tiếp, nâng cao tỷ lệ chuyển đổi</li> <li>- Nắm được vai trò và các loại hình Mobile, Email Marketing. Thực hành thiết kế, triển khai và theo dõi chiến dịch. Phát triển thái độ sáng tạo, cẩn trọng và tư duy phân tích.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách thiết kế, gửi và theo dõi chiến dịch Mobile và Email Marketing</li> <li>- Sinh viên hiểu vai trò Mobile và Email trong chiến lược Digital Marketing, các loại hình và cách triển khai</li> </ul>
			<p><b>CLO19 (Quảng cáo trực tuyến)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên triển khai các chiến dịch quảng cáo trực tuyến hiệu quả, đạt mục tiêu tiếp thị và bán hàng</li> <li>- Nắm được tổng quan các hình thức quảng cáo trực tuyến và chiến lược triển khai. Thực hành lập kế hoạch, triển khai và theo dõi chiến dịch. Phát triển thái độ sáng tạo, phân tích dữ liệu và chủ động trong công việc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách lập kế hoạch, triển khai và theo dõi các chiến dịch quảng cáo trực tuyến</li> <li>- Sinh viên hiểu tổng quan các hình thức quảng cáo trực tuyến, chiến lược triển khai và đo lường hiệu quả</li> </ul>
P L O 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên có khả năng sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu như Google Analytics, Facebook Insights để phân tích chiến dịch Digital Marketing.</li> <li>- Sinh viên hiểu và áp dụng các quy trình bảo mật dữ liệu, quản lý quyền truy cập và bảo vệ thông tin khách hàng</li> </ul>	PO3 PO4 PO5	<p><b>CLO20 (Tin Học)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên triển khai, giám sát và tối ưu các chiến dịch Digital Marketing, phát triển kỹ năng công nghệ số.</li> <li>- Nắm các phần mềm, công cụ quản lý và phân tích dữ liệu.</li> <li>- Sử dụng công cụ tin học, AI, Big Data để tối ưu chiến dịch.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng các phần mềm, công cụ tự động hóa, AI và Big Data trong Digital Marketing</li> <li>- Sinh viên hiểu các công cụ công nghệ số, phân tích dữ liệu và quản lý chiến dịch Digital Marketing</li> </ul>

<p>trong môi trường Digital Marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên có thể sử dụng các công cụ tự động hóa để tối ưu hóa các chiến dịch quảng cáo và các quy trình Digital Marketing.</li> <li>- Sinh viên hiểu về các phương pháp quản lý chiến dịch Digital Marketing và có khả năng triển khai, giám sát tiến độ và đánh giá hiệu quả chiến dịch.</li> <li>- Sinh viên biết cách sử dụng AI và Big Data để tối ưu hóa chiến lược Digital Marketing và giám sát hiệu quả chiến dịch theo thời gian thực.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tư duy logic, tự học và cập nhật công nghệ mới, chủ động áp dụng vào thực tế.</li> </ul>	
		<p><b>CLO21 (Thiết kế website cơ bản)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cung cấp kỹ năng thực hành để triển khai nền tảng Digital Marketing, nâng cao trải nghiệm khách hàng.</li> <li>- Hiểu được các bước thiết kế, cấu trúc và chức năng website. Thực hành sử dụng công cụ, lập trình cơ bản và quản lý website. Phát triển thái độ sáng tạo, cẩn trọng và trách nhiệm trong thiết kế website.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu các bước thiết kế, cấu trúc và chức năng cơ bản của website</li> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng công cụ, lập trình cơ bản và quản lý website</li> </ul>
		<p><b>CLO22(Thiết kế quảng cáo với Adobe Illustrator)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên triển khai các chiến dịch Digital Marketing bằng hình ảnh thu hút, chuyên nghiệp</li> <li>- Hiểu được nguyên lý thiết kế, màu sắc, bố cục. Thực hành thiết kế ấn phẩm quảng cáo bằng Illustrator. Phát triển thái độ sáng tạo, tỉ mỉ và trách nhiệm trong thiết kế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu các nguyên lý thiết kế, màu sắc, bố cục trong quảng cáo</li> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng Adobe Illustrator để thiết kế ấn phẩm quảng cáo</li> </ul>
		<p><b>CLO23(Đồ họa xử lý ảnh với Photoshop)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên nâng cao chất lượng hình ảnh quảng cáo, phục vụ các chiến dịch Digital Marketing</li> <li>- Hiểu được vai trò xử lý ảnh, tối ưu hình ảnh và hiệu ứng. Thực hành chỉnh sửa và tạo hiệu ứng bằng Photoshop. Phát triển thái</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu vai trò xử lý ảnh trong truyền thông, Marketing và Digital Marketing</li> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng Photoshop để chỉnh sửa, tối ưu hình ảnh và tạo hiệu ứng</li> </ul>

		<p>độ sáng tạo, tỉ mỉ và kỹ năng thực hành chính xác.</p>	
		<p><b>CLO24(Truyền thông đa phương tiện)</b>  - Giúp sinh viên triển khai nội dung đa phương tiện hiệu quả, thu hút khách hàng  - Nắm được các loại hình truyền thông đa phương tiện và vai trò trong Marketing. Thực hành kết hợp hình ảnh, âm thanh, video. Phát triển thái độ sáng tạo, tỉ mỉ và kỹ năng thực hành.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu các loại hình truyền thông đa phương tiện, vai trò trong Digital Marketing</li> <li>- Sinh viên nắm được cách kết hợp hình ảnh, âm thanh, video để truyền tải thông điệp</li> </ul>
		<p><b>CLO25(Dựng phim với Adobe Premiere)</b>  - Giúp sinh viên tạo video quảng cáo, nội dung số chuyên nghiệp  - Nắm được nguyên lý dựng phim, biên tập video. Thực hành dựng, chỉnh sửa và xuất bản video bằng Premiere. Phát triển thái độ sáng tạo, tỉ mỉ và kỹ năng thực hành.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng Adobe Premiere để dựng, chỉnh sửa và xuất bản video</li> <li>- Sinh viên hiểu nguyên lý dựng phim, biên tập video cho Marketing</li> </ul>
		<p><b>CLO26(Kỹ xảo truyền thông với After Effects)</b>  - Nắm được kỹ xảo và hiệu ứng trong truyền thông số. Thực hành tạo hiệu ứng và motion graphics bằng After Effects. Phát triển thái độ sáng tạo, tỉ mỉ và kỹ năng thực hành.  - Giúp sinh viên nâng cao chất lượng hình ảnh và video trong các chiến dịch Digital Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng After Effects để tạo hiệu ứng, motion graphics</li> <li>- Sinh viên hiểu các kỹ xảo, hiệu ứng hình ảnh trong truyền thông số</li> </ul>

			<p><b>CLO27(Thiết kế và tối ưu hóa Landing Page)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm được vai trò Landing Page và cách tối ưu trải nghiệm người dùng. Thực hành thiết kế và tối ưu Landing Page. Phát triển thái độ sáng tạo, cẩn trọng và tư duy phân tích.</li> <li>- Giúp sinh viên tạo Landing Page hiệu quả, tăng tỷ lệ chuyển đổi khách hàng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách thiết kế, tối ưu trải nghiệm người dùng, cải thiện chuyển đổi</li> <li>- Sinh viên hiểu vai trò Landing Page trong chiến dịch Marketing</li> </ul>
			<p><b>CLO28(Phân tích và đo lường hiệu suất SEM)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm được cách đo lường hiệu quả chiến dịch SEM. Thực hành sử dụng công cụ phân tích, đánh giá KPI và tối ưu chiến dịch. Phát triển thái độ chính xác, tư duy phân tích và chủ động.</li> <li>- Giúp sinh viên nâng cao hiệu quả chiến dịch SEM, tối ưu ROI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu cách đo lường hiệu quả các chiến dịch SEM</li> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng công cụ phân tích, đánh giá KPI và tối ưu chiến dịch</li> </ul>
			<p><b>CLO29(Tự động hóa mạng xã hội)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm được vai trò tự động hóa trong quản lý Social Media. Thực hành sử dụng công cụ lập lịch và theo dõi hiệu quả. Phát triển thái độ chủ động, cẩn trọng và tư duy logic.</li> <li>- Giúp sinh viên tiết kiệm thời gian, quản lý chiến dịch hiệu quả và đồng bộ nội dung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu vai trò tự động hóa trong quản lý Social Media</li> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng công cụ tự động hóa, lập lịch, theo dõi hiệu quả</li> </ul>

			<p><b>CLO30(Kỹ thuật phân tích và tổng hợp)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm được phương pháp phân tích, tổng hợp dữ liệu. Thực hành thu thập, xử lý và trình bày dữ liệu. Phát triển thái độ chính xác, tư duy phản biện và logic.</li> <li>- Giúp sinh viên ra quyết định Marketing dựa trên dữ liệu chính xác</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu cách phân tích dữ liệu, tổng hợp thông tin phục vụ chiến dịch Marketing</li> <li>- Sinh viên nắm được phương pháp thu thập, xử lý và trình bày dữ liệu</li> </ul>
			<p><b>CLO31(Công cụ tiện ích)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm được vai trò và cách sử dụng các công cụ hỗ trợ Digital Marketing. Thực hành triển khai, theo dõi chiến dịch. Phát triển thái độ chủ động, sáng tạo và kỹ năng thực hành.</li> <li>- Giúp sinh viên tối ưu công việc, triển khai và theo dõi chiến dịch Digital Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên hiểu vai trò các công cụ hỗ trợ trong Digital Marketing</li> <li>- Sinh viên nắm được cách sử dụng các công cụ như Google Analytics, CRM, Email Marketing</li> </ul>
P L O 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên có khả năng giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh trong môi trường Digital Marketing, bao gồm trao đổi qua email, đàm phán, và giao tiếp trong các cuộc họp quốc tế.</li> <li>- Sinh viên có thể đàm phán và thương thảo các chiến lược Digital Marketing với đối tác quốc tế bằng tiếng Anh.</li> <li>- Sinh viên có khả năng đọc hiểu tài liệu chuyên ngành Digital Marketing bằng tiếng Anh, bao gồm báo cáo</li> </ul>	PO3 PO4 PO5	<p><b>CLO32(Tiếng Anh 1)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên xây dựng nền tảng ngôn ngữ chuyên ngành, tạo khả năng trao đổi thông tin, hợp tác quốc tế. Giúp phát triển tư duy ngôn ngữ, kỹ năng giao tiếp cơ bản, và rèn luyện khả năng thích ứng với môi trường chuyên môn quốc tế ngay từ đầu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được kỹ năng giao tiếp, đọc hiểu, đàm phán cơ bản bằng tiếng Anh trong công việc</li> <li>- Sinh viên hiểu được quan trọng của giao tiếp tiếng Anh trong môi trường Digital Marketing, cách đọc hiểu tài liệu chuyên ngành</li> </ul>
			<p><b>CLO33(Tiếng Anh 2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Môn học này được thiết kế để nâng cao năng lực ngôn ngữ, giúp sinh viên sử dụng tiếng Anh thành thạo trong bối cảnh chuyên môn. môn học rèn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm vững kỹ năng giao tiếp nâng cao, thương thảo với đối tác quốc tế, đọc hiểu báo cáo và hợp đồng</li> <li>- Sinh viên hiểu sâu về kỹ năng ứng dụng tiếng anh</li> </ul>

	<p>hiệu suất, hợp đồng và quy định pháp lý.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên biết cách ứng dụng ngoại ngữ trong các phần mềm và công cụ Digital Marketing để nâng cao hiệu quả công việc.</li> </ul>		<p>kỹ năng tự học, tư duy phản biện, và khả năng trình bày, thương thảo trước khách hàng hoặc đối tác quốc tế.</p>	<p>trong phần mềm và công cụ digital marketing</p>
P L O 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên có khả năng thuyết trình rõ ràng, mạch lạc về các chiến lược và kết quả chiến dịch Digital Marketing trước nhóm và khách hàng.</li> <li>- Sinh viên biết cách xây dựng lập luận, lắng nghe ý kiến và đưa ra các đề xuất hợp lý khi tham gia đàm phán hoặc xây dựng chiến lược Digital Marketing.</li> <li>- Sinh viên có kỹ năng làm việc nhóm, hỗ trợ và phối hợp tốt với các thành viên trong nhóm để hoàn thành dự án Digital Marketing hiệu quả.</li> <li>- Sinh viên có khả năng quản lý thời gian, lập kế hoạch và phân bổ công việc hiệu quả để đảm bảo chiến lược Digital Marketing được triển khai đúng hạn.</li> <li>- Sinh viên có khả năng lãnh đạo, phân công công việc cho nhóm, khuyến khích và hỗ trợ đồng đội trong quá trình triển khai chiến dịch Digital Marketing.</li> </ul>	<p>PO1 PO4 PO5</p>	<p><b>CLO34( Kỹ năng mềm 1)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giúp sinh viên phát triển kỹ năng mềm cần thiết để thực hiện chiến dịch Digital Marketing hiệu quả</li> <li>- Nắm được các kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, lập luận và làm việc nhóm. Thực hành quản lý thời gian và phối hợp nhóm hiệu quả. Phát triển thái độ chủ động, hợp tác và tự tin trong công việc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được các kỹ năng thuyết trình, lập luận, làm việc nhóm và quản lý thời gian</li> <li>- Sinh viên hiểu tầm quan trọng của kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và thuyết trình trong Digital Marketing</li> </ul>
			<p><b>CLO35( Kỹ năng mềm 2)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nâng cao khả năng quản lý dự án, làm việc nhóm và giao tiếp chuyên nghiệp trong môi trường Digital Marketing</li> <li>- Nắm được kỹ năng đàm phán, thương thảo và giải quyết xung đột. Thực hành phối hợp nhóm và lãnh đạo dự án. Phát triển thái độ chủ động, hợp tác và trách nhiệm trong công việc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được kỹ năng đàm phán, thương thảo, phối hợp nhóm và lãnh đạo dự án</li> <li>- Sinh viên hiểu cách xây dựng mối quan hệ, đàm phán và giải quyết xung đột trong môi trường làm việc</li> </ul>

P L O 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên có thái độ kỷ luật, tuân thủ các quy định trong quá trình triển khai chiến dịch Digital Marketing và các quy chuẩn trong quản lý thông tin khách hàng.</li> <li>- Sinh viên có tinh thần trách nhiệm cao, cam kết hoàn thành các nhiệm vụ Digital Marketing đúng hạn và đảm bảo chất lượng chiến dịch.</li> <li>- Sinh viên có thái độ trung thực, minh bạch trong báo cáo và phân tích dữ liệu chiến dịch Digital Marketing, đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp.</li> <li>- Sinh viên có ý thức bảo vệ môi trường và cam kết áp dụng các giải pháp Digital Marketing bền vững, thân thiện với môi trường.</li> <li>- Sinh viên luôn cầu thị, sẵn sàng tiếp thu góp ý từ đồng nghiệp và cấp trên để cải thiện kỹ năng và hiệu quả công việc.</li> <li>- Sinh viên có thái độ tôn trọng và phối hợp nhịp nhàng với đồng nghiệp và đối tác để đảm bảo chiến lược Digital Marketing hoạt động hiệu quả.</li> </ul>	PO3 PO4 PO5	<p><b>CLO36(Thực tập tốt nghiệp)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Áp dụng kiến thức và kỹ năng đã học vào thực tế. Thực hành phối hợp nhóm, quản lý dự án và báo cáo kết quả. Phát triển thái độ chủ động, trách nhiệm và chuyên nghiệp.</li> <li>- Giúp sinh viên trải nghiệm thực tế, củng cố kỹ năng và tích lũy kinh nghiệm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được quy trình thực hiện dự án, phối hợp nhóm và báo cáo kết quả</li> <li>- Sinh viên hiểu cách áp dụng kiến thức, kỹ năng vào thực tế doanh nghiệp</li> </ul>
			<p><b>CLO37(Dự án tốt nghiệp)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Áp dụng toàn bộ kiến thức, kỹ năng vào dự án thực tế. Thực hành quản lý dự án, triển khai chiến dịch và báo cáo kết quả. Phát triển thái độ chủ động, trách nhiệm và chuyên nghiệp.</li> <li>- Giúp sinh viên tổng hợp kiến thức, kỹ năng và trải nghiệm thực tế, hoàn thiện năng lực nghề nghiệp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinh viên nắm được cách quản lý dự án, triển khai chiến dịch, phối hợp nhóm và báo cáo kết quả</li> <li>- Sinh viên hiểu quy trình thực hiện dự án Digital Marketing thực tế</li> </ul>

