### 3.1. Chuẩn về kiến thức

Sinh viên tốt nghiệp chương trình đào tạo cử nhân ngành marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kiến thức như sau:

LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về l ý luận chính trị Triết học Mác Lênin, Kinh tế chính trị Mác -Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế -xã hội trong thực tiễn.

LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh tế và kinh doanh của các tổ chức doanh nghiệp như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, kế toán, quản trị dự án... vào giải quyết vấn đề kinh doanh và marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm marketing hiện đại; những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về marketing vào thực tiễn hoạt động marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công cụ marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ marketing tác nghiệp nhằm tối ưu hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động .

LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về marketing số, các công nghệ và công cụ marketing số, thương mại điện tử vào thực ti ễn hoạt động marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số .

LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc và qui trình lập kế hoạch, chiến lược marketing nói chung và marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các tổ chức, doanh nghiệp .

LO8. Hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu vào các qu yết định marketing của tổ chức/doanh nghiệp .

#### Chuyên ngành Internet Marketing

LO9. Hiểu và vận dụng được được các kiến thức chuyên sâu về các kênh marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ marketing số liên quan vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch marketing trong môi trường số.

#### Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

LO10. Hiểu và vận dụng được được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động marketing và marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động marketing và marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp.

#### Chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO11. Hiểu và vận dụng được được các kiến thức chuyên s âu về chiến lược phương tiện truyền thông và các hình thức/công cụ truyền thông marketing cơ bản (bao gồm: quan hệ công chúng, marketing trực tiếp và quảng cáo) vào thực tiễn lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.