



## NĂNG LỰC NGƯỜI TỐT NGHIỆP

### CHƯƠNG TRÌNH: KINH DOANH THƯƠNG MẠI (COMMERCIAL BUSINESS)

#### MỤC TIÊU ĐÀO TẠO

Đào tạo sinh viên bậc cử nhân nắm được những kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, thương mại, ngoại thương và các kỹ năng căn bản; có khả năng hoạch định chính sách, chiến lược và hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực marketing, thương mại và ngoại thương; khởi nghiệp và điều hành doanh nghiệp mới. Các sinh viên tốt nghiệp có thể làm việc trong các cơ quan, tổ chức thuộc các ngành kinh tế khác nhau; tại các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thương mại - dịch vụ, xuất nhập khẩu.... trong và ngoài nước.

#### NĂNG LỰC CHUNG (GENERAL COMPETENCE - GC)

- GC1: Năng lực hiểu biết về hệ thống chính trị, pháp luật và quốc phòng – an ninh của nhà nước Việt Nam.
- GC2: Năng lực sử dụng công nghệ thông tin trình độ B và khả năng sử dụng tiếng Anh tương đương B1 theo khung tham chiếu chung châu Âu - CEFR.
- GC3: Năng lực hiểu biết cơ bản về khoa học tự nhiên như thống kê ứng dụng, các vấn đề về môi trường và phát triển bền vững.
- GC4: Năng lực hiểu biết về các quy luật kinh tế, các kiến thức về quản trị và kỹ thuật marketing cơ bản, đồng thời khơi dậy tinh thần khởi nghiệp.
- GC5: Năng lực hiểu biết về các giá trị văn hóa truyền thống của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế - văn hóa – xã hội với các quốc gia ASEAN, nhận biết các vấn đề xã hội đương đại, đa văn hóa và tôn giáo.
- GC6: Các năng lực và tố chất cá nhân chung để học tập tốt ở bậc đại học và hỗ trợ cho quá trình phát triển cá nhân cũng như hội nhập nhanh với thế giới việc làm sau khi tốt nghiệp.

#### NĂNG LỰC VỀ KỸ THUẬT (COMPETENCE FOR TECHNOWARE - CT)

năng lực về kỹ thuật, chuyên môn nghề nghiệp, kiến thức học thuật cốt lõi nói chung; năng lực thiết bị, máy móc, công cụ, nguyên vật liệu,... của ngành/ngành.

- CT1: Cung cấp kiến thức cơ bản về hoạt động kinh doanh thương mại; trang bị các lý thuyết về quản trị bán hàng, nghệ thuật và quản trị mua hàng, quản lý kho, quản trị chuỗi cung ứng, kinh doanh theo chuỗi, quản trị bán lẻ, tài chính, marketing, nghiên cứu hành vi tiêu dùng, phân tích hiệu quả hoạt động thương mại.
- CT2: Có khả năng quản trị hoạt động bán hàng, hệ thống phân phối, quản lý các hoạt động bán lẻ, quản lý mô hình kinh doanh theo chuỗi . . trong doanh nghiệp thương mại kinh doanh hàng tiêu dùng, hàng công nghiệp và dịch vụ.

#### NĂNG LỰC VỀ CON NGƯỜI (COMPETENCE FOR HUMANWARE - CH):

năng lực về phần con người khi tham gia hành nghề: an toàn lao động và môi trường; tính kỷ luật, đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp; tác phong làm việc, giao tiếp và làm việc nhóm trong nghề nghiệp,..

- CH1: **NĂNG LỰC CÁ NHÂN.** Có tinh thần đoàn kết, hoà đồng và tuân thủ theo các qui định nghề nghiệp. Có khả năng tự định hướng, thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau.
- CH2: **Quản lý con người.** Có năng lực lập kế hoạch, điều phối, phát huy trí tuệ tập thể. Biết cách đặt mục tiêu và tạo động lực làm việc cho bản thân và nhóm làm việc.

- CH3: Trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh. Hiểu biết về những quy định, chuẩn mực đạo đức, nhân cách nói chung và trong lĩnh vực kinh doanh thương mại nói riêng.

#### NĂNG LỰC VỀ THÔNG TIN (COMPETENCE FOR INFORWARE - CI):

Năng lực về giao tiếp và sử dụng thông tin, năng lực nhận thức và vận dụng các kiến thức toán học ứng dụng, khoa học-kỹ thuật ứng dụng, công nghệ ứng dụng, các quy trình làm việc trong ngành/ngành.

- CI1: Giao tiếp. Có thái độ tự tin và quyết đoán trong công việc. Có khả năng giao tiếp ít nhất một ngoại ngữ và rèn luyện khả năng thích ứng tốt với môi trường làm việc.
- CI2: Tác phong làm việc. Thể hiện trách nhiệm với bản thân, công việc, nghề nghiệp và xã hội. Có kỹ năng đặt mục tiêu và tạo động lực làm việc.
- CI3: Thông tin (phần cơ bản). Ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông để trao đổi với khách hàng, với các đối tác, đồng nghiệp.

#### NĂNG LỰC VỀ TỔ CHỨC (COMPETENCE FOR ORGWARE - CO):

Năng lực nhận thức và áp dụng các kiến thức, kỹ năng về hệ thống và cơ cấu tổ chức, các quy định, quy chế, quy trình quản lý, quản trị bên ngoài và bên trong tổ chức ngành/ngành và có tác động trực tiếp đến lao động nghề nghiệp sau này.

- CO1: Hiểu được những mục tiêu, chính sách của doanh nghiệp đối với hoạt động Kinh doanh thương mại. Hiểu được các chiến lược, mục tiêu, chính sách, sự cam kết của bộ máy quản lý doanh nghiệp. Có khả năng tổ chức tốt công việc theo đúng chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn đã được giao.
- CO2: Có khả năng lập kế hoạch phát triển ý tưởng kinh doanh ở các lĩnh vực khác nhau.