

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 283 ngày 18 tháng 3 năm 2020 của Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội)

Tên chương trình: MARKETING THỜI TRANG
Trình độ đào tạo: ĐẠI HỌC
Ngành đào tạo: MARKETING
Mã số: 7340115
Loại hình đào tạo: CHÍNH QUY

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo cử nhân marketing có phẩm chất chính trị, đạo đức tốt, có kiến thức cốt lõi về marketing và kiến thức chuyên sâu về marketing thời trang; có kỹ năng thực hiện các công việc phức tạp trong lĩnh vực marketing; có năng lực định hướng marketing trong các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng thời trang; có năng lực đánh giá và cải tiến chức năng marketing ở doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập; có khả năng làm việc độc lập; tự bổ sung kiến thức, kỹ năng theo yêu cầu công việc; có khả năng tiếp tục học lên trình độ cao hơn.

1.2. Mục tiêu cụ thể

- Vận dụng những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lê nin, khoa học tự nhiên, xã hội, tiếng Anh, tin học vào quá trình thực hiện chức năng marketing tại các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng thời trang;

- Vận dụng kiến thức cơ sở về kinh tế, quản trị, marketing, thời trang để triển khai các hoạt động nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, phát triển kênh phân phối, truyền thông marketing và quản lý các hoạt động marketing tại doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng thời trang;

- Tổng hợp được các kỹ năng chuyên sâu trong lĩnh vực marketing; phân tích, tổng hợp và sử dụng những thành tựu mới trong lĩnh vực marketing để giải quyết các tình huống phức tạp xảy ra khi thực hiện các chức năng marketing tại doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng thời trang;

- Đạt kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cơ bản được quy định tại Thông tư 03/2014/TT-BTTTT ban hành 11/3/2014 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông;

- Đạt tiếng Anh đầu ra bậc 3 khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc Việt Nam theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

2. Chuẩn đầu ra

2.1. Yêu cầu về kiến thức

- Vận dụng được:

+ Những nguyên lý của Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước, khoa học tự nhiên - khoa học xã hội, tin học, tiếng Anh để tiếp thu kiến thức giáo dục chuyên nghiệp, có khả năng học tập lên trình độ cao hơn;

+ Kiến thức về dự báo thị trường vào quản lý hệ thống nhà cung ứng;

+ Kiến thức tin học chuyên ngành, quản trị quan hệ khách hàng vào việc xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu và cung cấp thông tin cho quá trình ra quyết định tại doanh nghiệp thời trang;

+ Kiến thức về tiếng Anh chuyên ngành marketing thời trang vào giao tiếp và xử lý các tình huống trong hoạt động marketing tại doanh nghiệp thời trang.

- Phân tích được các yếu tố của môi trường marketing tác động tới hoạt động marketing của doanh nghiệp thời trang.

- Tổng hợp được:

+ Các kiến thức về quản trị marketing, quản trị sản phẩm, quản trị giá, quản trị kênh phân phối, truyền thông marketing, quản trị bán hàng, quản trị thương hiệu, quản lý sản xuất hàng thời trang và quản trị chuỗi cung ứng dệt may vào hoạch định chiến lược, chương trình marketing, hỗ trợ cho việc ra quyết định marketing hướng tới thị trường và xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm;

+ Các kiến thức căn bản về marketing, thời trang vào nghiên cứu xu hướng, thị trường thời trang và tư vấn phát triển sản phẩm mới.

2.2. Yêu cầu về kỹ năng

- Khảo sát và đánh giá đúng thị trường hàng thời trang dệt may;

- Lựa chọn và định vị được thị trường mục tiêu cho sản phẩm thời trang;

- Quản lý được sản phẩm ngành hàng và kênh phân phối sản phẩm thời trang;

- Xây dựng và phát triển được thương hiệu sản phẩm thời trang;

- Xây dựng và tổ chức được các hoạt động bán hàng nói chung và bán hàng qua mạng, quản lý bán lẻ hàng thời trang;

- Lập, triển khai và đánh giá được kế hoạch, chương trình marketing, tổ chức được các chương trình truyền thông marketing của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng thời trang;

- Lập được kế hoạch phát triển và quản lý sản phẩm, phân phối, giá và các hoạt động quan hệ khách hàng cho hoạt động kinh doanh thời trang;

- Giao tiếp, đàm phán và giải quyết các vấn đề trong hoạt động marketing thời trang;

- Sử dụng và khai thác được các thông tin trên internet để quảng bá sản phẩm, soạn thảo và giao tiếp hiệu quả bằng văn bản điện tử; sử dụng được phần mềm chuyên dụng xử lý dữ liệu;

- Đọc và dịch được các bài báo, thông tin, các tài liệu về xu hướng thời trang, gửi email, viết báo cáo và trao đổi các vấn đề marketing bằng tiếng Anh trong lĩnh vực kinh doanh thời trang.

2.3. Yêu cầu về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm

- Có khả năng:
 - + Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện môi trường kinh doanh thay đổi, chịu trách nhiệm đối với nhóm;
 - + Tự định hướng, tổ chức triển khai các hoạt động marketing, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ, đưa ra kết luận chuyên môn trong lĩnh vực marketing và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân;
 - Luôn có ý thức học tập, rèn luyện, trau dồi kiến thức để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đáp ứng với thay đổi của yêu cầu công việc trong hoạt động marketing thời trang.

2.4. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có thể làm việc trong lĩnh vực kinh doanh, đặc biệt về thời trang ở các vị trí việc làm sau:

- Chuyên viên phòng Marketing;
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường;
- Chuyên viên xây dựng và phát triển thương hiệu;
- Chuyên viên tổ chức quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện;
- Chuyên viên quản lý hoạt động truyền thông marketing;
- Chuyên viên quản lý sản phẩm và ngành hàng;
- Chuyên viên bán hàng, quản lý cửa hàng;
- Chuyên viên quản lý kênh phân phối;
- Chủ doanh nghiệp.

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

Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có thể tiếp tục học tập nâng cao trình độ sau Đại học hoặc học tập chuyên sâu một số lĩnh vực quản trị chuyên ngành.