

Số: 35/NQ-HĐKĐCLGD

Hà Nội, ngày 21 tháng 8 năm 2023

NGHỊ QUYẾT

Về việc thẩm định kết quả đánh giá chất lượng Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Bộ Thông tin và Truyền thông

HỘI ĐỒNG KIỂM ĐỊNH CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC

Căn cứ Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29 tháng 11 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định về quy trình và chu kỳ kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp;

Căn cứ Quyết định số 187/QĐ-KĐCLGD ngày 19 tháng 7 năm 2023 của Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Hiệp hội Các trường đại học, cao đẳng Việt Nam về việc thẩm định và công nhận kết quả đánh giá chất lượng Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Bộ Thông tin và Truyền thông tại Phiên họp thứ XIX của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục;

Căn cứ kết quả Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục (sau đây gọi là Hội đồng) nghiên cứu và thẩm định Hồ sơ tự đánh giá Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, thẩm định Báo cáo đánh giá ngoài của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài và các tài liệu liên quan;

Căn cứ kết quả thảo luận và bỏ phiếu kín tại Phiên họp thứ XIX của Hội đồng ngày 20 tháng 8 năm 2023 đã thông qua với tỉ lệ 100% (15/15/15) thành viên Hội đồng đã tán thành Nghị quyết.

QUYẾT NGHỊ:

1. Hội đồng thẩm định và thống nhất với kết quả đánh giá chất lượng chương trình đào tạo của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Số tiêu chí được đánh giá “đạt yêu cầu” từ 4 điểm trở lên là 44 tiêu chí trên tổng số 50 tiêu chí, chiếm 88,00%, trong đó mỗi tiêu chuẩn có ít nhất 50% số tiêu chí “đạt yêu cầu” (chi tiết trong Phụ lục I).

Đoàn chuyên gia đã thực hiện đánh giá ngoài độc lập, khách quan, minh bạch và tuân thủ đúng quy trình kiểm định chất lượng giáo dục theo quy định tại Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29 tháng 11 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Kết quả đánh giá chương trình đào tạo đã được cơ sở giáo dục đại học đồng thuận hoàn toàn.



2. Kiến nghị Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông cần tham khảo các kiến nghị của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục và xây dựng kế hoạch, giải pháp cải tiến các tồn tại nhằm nâng cao chất lượng giáo dục của chương trình đào tạo (*chi tiết trong Phụ lục II*).

3. Căn cứ Điều 23 trong Quy định về quy trình và chu kỳ kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp ban hành kèm theo Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29 tháng 11 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hội đồng thống nhất đề nghị Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Hiệp hội Các trường đại học, cao đẳng Việt Nam cấp Giấy Chứng nhận kiểm định chất lượng cho Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. *W*

Nơi nhận:

- Học viện CNBCVT;
- Giám đốc TT KĐCLGD;
- Hội đồng KĐCLGD;
- Phòng ĐGCLGD;
- Phòng CNCL;
- Trang TTĐT cea-avuc.edu.vn;
- Lưu VT, HS.

**TM. HỘI ĐỒNG KĐCLGD
CHỦ TỊCH**



PGS.TS. Nguyễn Phương Nga



Phụ lục I



KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC,
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG,
BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

(Kèm theo Nghị quyết số: 35/NQ-HĐKĐCLGD ngày 21 tháng 8 năm 2023 của Hội đồng
 Kiểm định chất lượng giáo dục, Trung tâm KĐCLGD - Hiệp hội Các trường ĐHCĐ Việt Nam)

Tiêu chuẩn/Tiêu chí	Điểm theo tiêu chí	Điểm theo tiêu chuẩn		
		Mức trung bình	Số tiêu chí đạt yêu cầu	Tỉ lệ số tiêu chí đạt
Tiêu chuẩn 1		3.67	2	66.67%
Tiêu chí 1.1	4			
Tiêu chí 1.2	3			
Tiêu chí 1.3	4			
Tiêu chuẩn 2		4.00	3	100.00%
Tiêu chí 2.1	4			
Tiêu chí 2.2	4			
Tiêu chí 2.3	4			
Tiêu chuẩn 3		3.67	2	66.67%
Tiêu chí 3.1	4			
Tiêu chí 3.2	3			
Tiêu chí 3.3	4			
Tiêu chuẩn 4		4.00	3	100.00%
Tiêu chí 4.1	4			
Tiêu chí 4.2	4			
Tiêu chí 4.3	4			
Tiêu chuẩn 5		3.80	4	80.00%
Tiêu chí 5.1	4			
Tiêu chí 5.2	4			
Tiêu chí 5.3	3			
Tiêu chí 5.4	4			
Tiêu chí 5.5	4			
Tiêu chuẩn 6		4.14	7	100.00%
Tiêu chí 6.1	4			
Tiêu chí 6.2	4			
Tiêu chí 6.3	4			
Tiêu chí 6.4	4			
Tiêu chí 6.5	4			
Tiêu chí 6.6	4			
Tiêu chí 6.7	5			



Tiêu chuẩn 7		4.20	5	100.00%
Tiêu chí 7.1	4			
Tiêu chí 7.2	4			
Tiêu chí 7.3	4			
Tiêu chí 7.4	4			
Tiêu chí 7.5	5			
Tiêu chuẩn 8		4.00	4	80.00%
Tiêu chí 8.1	5			
Tiêu chí 8.2	3			
Tiêu chí 8.3	4			
Tiêu chí 8.4	4			
Tiêu chí 8.5	4			
Tiêu chuẩn 9		3.80	4	80.00%
Tiêu chí 9.1	4			
Tiêu chí 9.2	3			
Tiêu chí 9.3	4			
Tiêu chí 9.4	4			
Tiêu chí 9.5	4			
Tiêu chuẩn 10		3.83	5	83.33%
Tiêu chí 10.1	4			
Tiêu chí 10.2	4			
Tiêu chí 10.3	4			
Tiêu chí 10.4	4			
Tiêu chí 10.5	4			
Tiêu chí 10.6	3			
Tiêu chuẩn 11		4.20	5	100.00%
Tiêu chí 11.1	4			
Tiêu chí 11.2	4			
Tiêu chí 11.3	5			
Tiêu chí 11.4	4			
Tiêu chí 11.5	4			
Điểm đánh giá chung	3.96	3.94	44	88.00%



21



Phụ lục II

CÁC KIẾN NGHỊ CẢI TIẾN CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC ĐỐI VỚI CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC, HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG, BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

(Kèm theo Nghị quyết số: 35/NQ-HĐKĐCLGD ngày 21 tháng 8 năm 2023 của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục, Trung tâm KĐCLGD - Hiệp hội Các trường ĐHCĐ Việt Nam)

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là cơ sở giáo dục đại học công lập thuộc hệ thống giáo dục quốc dân, trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông, được thành lập theo Quyết định số 516/TTg ngày 11 tháng 7 năm 1997 của Thủ tướng Chính phủ, là tổ chức đào tạo và nghiên cứu khoa học của Nhà nước được thí điểm đặt trực thuộc doanh nghiệp mạnh của Nhà nước là Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam, nay là Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam. Học viện được thành lập trên cơ sở sắp xếp lại 4 đơn vị, gồm Viện Khoa học kỹ thuật Bưu điện, Viện Kinh tế Bưu điện, Trung tâm Đào tạo bưu chính viễn thông I và Trung tâm Đào tạo bưu chính viễn thông II.

Năm 2012, Viện Kinh tế Bưu điện bắt đầu triển khai hoạt động đào tạo hệ đại học chính quy theo Quyết định số 499/QĐ-HV-ĐT&KHCVN ngày 31/7/2012 của Giám đốc Học viện về việc giao Viện Kinh tế Bưu điện tổ chức và quản lý một số môn học thuộc nhóm ngành Marketing. Ngày 12/08/2012, Viện Kinh tế Bưu điện ra quyết định thành lập Phòng Nghiên cứu và Đào tạo Marketing với nhiệm vụ nghiên cứu và xây dựng chương trình dạy học ngành Marketing tại Học viện. Năm 2013, ngành Marketing bắt đầu tuyển sinh khóa 1.

Kết quả kiểm định chất lượng Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2022 đã chỉ ra những điểm mạnh nổi bật và những điểm cần khắc phục theo kiến nghị của Hội đồng:

I. NHỮNG ĐIỂM MẠNH

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo ngành Marketing phù hợp với Sứ mạng, Tầm nhìn của Học viện, phù hợp với mục tiêu chung theo quy định của Luật Giáo dục đại học.
2. Học viện đã ban hành bản mô tả chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học và đã 03 lần điều chỉnh bản mô tả chương trình đào tạo vào các năm 2018, 2020 và 2022. Bản mô tả chương trình đào tạo năm 2022 có các nội dung theo quy định.
3. Chương trình dạy học ngành Marketing trình độ đại học được thiết kế theo hướng dẫn chung do Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định và được thiết kế trên cơ sở chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.



4. Tổ hợp các phương pháp giảng dạy được thiết kế và thực hiện trong các đề cương chi tiết học phần/môn học của chương trình đào tạo ngành Marketing tương đối đa dạng và phù hợp để đạt được chuẩn đầu ra.

5. Học viện có các tài liệu xác định rõ ràng về thời gian, hình thức, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan đến đánh giá kết quả học tập của người học.

6. Trong chu kỳ kiểm định chất lượng giáo dục, các giảng viên giảng dạy chương trình đào tạo Marketing đã thực hiện 06 đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ; 63 đề tài nghiên cứu khoa học cấp Học viện; đã công bố 98 bài báo khoa học trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 25 bài đăng trên tạp chí khoa học nước ngoài, (trong đó có 2 bài báo được đăng trên các tạp chí thuộc nhóm ISI/Scopus); xuất bản được 04 cuốn sách.

7. Cán bộ, viên chức, người lao động của Học viện được tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ hằng năm để đảm bảo quyền lợi về học tập và chế độ tài chính theo Quy chế chi tiêu nội bộ.

8. Học viện có chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi trung học phổ thông hoặc có thành tích cá nhân, thành tích học tập cao.

9. Học viện có hệ thống phòng làm việc, phòng học, phòng thí nghiệm, thực hành/LAB, hệ thống công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu cho việc giảng dạy, học tập và nghiên cứu khoa học.

10. Học viện đã có quy định và định kỳ tổ chức việc đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích thông qua các phương thức khác nhau như khảo sát ý kiến hài lòng của các bên liên quan, đánh giá chất lượng hoạt động của các cá nhân, đơn vị phục vụ tiện ích hằng năm, đối thoại giữa Ban giám đốc với giảng viên và sinh viên, để làm cơ sở cho đề xuất cải tiến các dịch vụ này.

11. Kết quả khảo sát cho thấy tỷ lệ người học tốt nghiệp có việc làm sau 1 năm tốt nghiệp đạt trên 93%.

II. HỘI ĐỒNG KIẾN NGHỊ:

1. Học viện cần phân tích sâu các kết quả khảo sát và những ý kiến đề xuất của các bên liên quan để nâng cao và cập nhật được những yêu cầu của các nhà tuyển dụng vào chuẩn đầu ra chương trình đào tạo và nội hàm của các học phần của chương trình đào tạo.

2. Học viện nên thường xuyên bổ sung và cập nhật giáo trình, học liệu để người học tiếp cận với kiến thức mới của ngành.

3. Học viện cần rà soát lại sự đóng góp của từng học phần vào việc đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo để điều chỉnh lại mức độ có đóng góp của mỗi chuẩn đầu ra



học phần và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

4. Học viện cần ban hành quy trình chi tiết từ khâu khảo sát, tổng hợp, phân tích dữ liệu và sử dụng báo cáo phân tích trong điều chỉnh các hoạt động dạy học để hướng đến việc đạt chuẩn đầu ra của học phần và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

5. Học viện cần nghiên cứu để đa dạng hơn các phương pháp kiểm tra đánh giá kết thúc các học phần của chương trình đào tạo; cần sử dụng các phần mềm chuyên dụng để đánh giá một cách khoa học về mức độ phù hợp của các phương thức đánh giá nhằm đo lường được chính xác độ tin cậy và độ giá trị của các đề thi để khẳng định được mức độ phù hợp của các đề thi học phần và sự chính xác của kết quả đo lường đánh giá.

6. Học viện cần có chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút giảng viên có học vị tiến sĩ và học hàm giáo sư, phó giáo sư về làm giảng viên cơ hữu để nâng cao vị thế và uy tín của đội ngũ giảng viên của Học viện và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng.

7. Học viện cần chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing khi quy hoạch đội ngũ nhân viên của các Khoa, các phòng chức năng để cân đối điều chỉnh kế hoạch phát triển đội ngũ chuyên viên, nhân viên, kỹ thuật viên toàn Học viện.

8. Học viện cần xây dựng tiêu chí xét tuyển ngành Marketing phù hợp để tuyển đúng và tuyển đủ theo chỉ tiêu đã xác định trong Đề án tuyển sinh; đảm bảo được điều kiện đảm bảo chất lượng, đáp ứng yêu cầu không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo của ngành.

9. Học viện cần rà soát lại danh mục các giáo trình, tài liệu tham khảo được quy định trong các đề cương chi tiết học phần để kịp thời mua bổ sung đầy đủ các tài liệu học tập cho Thư viện nhằm đáp ứng kịp thời và đầy đủ giáo trình, tài liệu học tập, tham khảo được quy định trong các đề cương chi tiết học phần của chương trình đào tạo ngành Marketing.

10. Học viện cần có cơ chế, chính sách hỗ trợ và khuyến khích đội ngũ cán bộ, giảng viên tham gia đề xuất, đầu thầu đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ/ngành, cấp tỉnh, cấp Nhà nước để làm cơ sở thúc đẩy công bố quốc tế và hỗ trợ sự gắn kết giữa nghiên cứu khoa học với công tác giáo dục và đào tạo của Học viện.

11. Học viện/Khoa cần phân tích kỹ hơn các nguyên nhân sinh viên chậm tốt nghiệp để có giải pháp hiệu quả hơn, tạo điều kiện khuyến khích sinh viên học trước, học vượt để sớm hoàn thành chương trình đào tạo, tốt nghiệp trước thời hạn, phù hợp với quy định trong Quy chế đào tạo theo tín chỉ; hằng năm cần tổng kết đánh giá hiệu quả các giải pháp đưa ra để giảm số năm tốt nghiệp trung bình của ngành học.

Trên đây là các nhóm giải pháp thuộc kiến nghị của Hội đồng, Học viện cần đồng thời nghiên cứu sâu Báo cáo đánh giá ngoài của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài để xây dựng các giải pháp triển khai thực hiện và phát triển các điều kiện đảm bảo chất lượng chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Học viện. Vào giữa chu kỳ kiểm định chất lượng giáo dục, Học viện cần gửi báo cáo kết quả thực hiện cải tiến chất lượng đến Bộ Giáo dục và Đào tạo và Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Hiệp hội Các trường đại học, cao đẳng Việt Nam theo quy định. Chu kỳ kiểm định chất lượng giáo dục tiếp theo của Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học được tính từ ngày ban hành Quyết định công nhận Chương trình đạt tiêu chuẩn chất lượng./.

