

Số: 51 /NQ-HĐKĐCLGD

Hà Nội, ngày 30 tháng 11 năm 2024

## NGHỊ QUYẾT

### Về việc thẩm định kết quả đánh giá chất lượng Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học, Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh

## 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 118/QĐ-KĐCLGD ngày 12 tháng 11 năm 2024 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 Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh tại Phiên họp thứ XXIV 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 Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh, 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 XXIV của Hội đồng ngày 30 tháng 11 năm 2024 đã thông qua với tỉ lệ 100% (13/13/13) 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 Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh. Số tiêu chí được đánh giá “đạt yêu cầu” từ 4 điểm trở lên là 46 tiêu chí trên tổng số 50 tiêu chí, chiếm 92,00%, 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 Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh 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 Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh. 2

**Nơi nhận:**

- Trường ĐH HVTPHCM;
- 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,  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HÙNG VƯƠNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

(Kèm theo Nghị quyết số 51/NQ-HĐKĐCLGD ngày 30 tháng 11 năm 2024 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
<b>Tiêu chuẩn 1</b>		<b>3,67</b>	<b>2</b>	<b>66,67%</b>
Tiêu chí 1.1	4			
Tiêu chí 1.2	3			
Tiêu chí 1.3	4			
<b>Tiêu chuẩn 2</b>		<b>4,00</b>	<b>3</b>	<b>100,00%</b>
Tiêu chí 2.1	4			
Tiêu chí 2.2	4			
Tiêu chí 2.3	4			
<b>Tiêu chuẩn 3</b>		<b>3,67</b>	<b>2</b>	<b>66,67%</b>
Tiêu chí 3.1	4			
Tiêu chí 3.2	3			
Tiêu chí 3.3	4			
<b>Tiêu chuẩn 4</b>		<b>4,00</b>	<b>3</b>	<b>100,00%</b>
Tiêu chí 4.1	4			
Tiêu chí 4.2	4			
Tiêu chí 4.3	4			
<b>Tiêu chuẩn 5</b>		<b>3,80</b>	<b>4</b>	<b>80,00%</b>
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			
<b>Tiêu chuẩn 6</b>		<b>4,00</b>	<b>7</b>	<b>100,00%</b>
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	4			

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
<b>Tiêu chuẩn 7</b>		<b>4,00</b>	<b>5</b>	<b>100,00%</b>
Tiêu chí 7.1	4			
Tiêu chí 7.2	4			
Tiêu chí 7.3	4			
Tiêu chí 7.4	4			
Tiêu chí 7.5	4			
<b>Tiêu chuẩn 8</b>		<b>4,00</b>	<b>5</b>	<b>100,00%</b>
Tiêu chí 8.1	4			
Tiêu chí 8.2	4			
Tiêu chí 8.3	4			
Tiêu chí 8.4	4			
Tiêu chí 8.5	4			
<b>Tiêu chuẩn 9</b>		<b>4,00</b>	<b>5</b>	<b>100,00%</b>
Tiêu chí 9.1	4			
Tiêu chí 9.2	4			
Tiêu chí 9.3	4			
Tiêu chí 9.4	4			
Tiêu chí 9.5	4			
<b>Tiêu chuẩn 10</b>		<b>4,00</b>	<b>6</b>	<b>100,00%</b>
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	4			
<b>Tiêu chuẩn 11</b>		<b>3,80</b>	<b>4</b>	<b>80,00%</b>
Tiêu chí 11.1	4			
Tiêu chí 11.2	4			
Tiêu chí 11.3	4			
Tiêu chí 11.4	3			
Tiêu chí 11.5	4			
<b>Điểm đánh giá chung</b>	<b>3,92</b>	<b>3,90</b>	<b>46</b>	<b>92,00%</b>

## Phụ lục II

**CÁC KIẾN NGHỊ CẢI TIẾN CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC ĐỐI VỚI  
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC,  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HÙNG VƯƠNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

(Kèm theo Nghị quyết số 51/NQ-HĐKĐCLGD ngày 30 tháng 11 năm 2024 của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục, Trung tâm KĐCLGD - Hiệp hội Các trường ĐHCĐ Việt Nam)

Khoa Quản trị Kinh doanh - Marketing thuộc Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh được thành lập theo Quyết định số 32/2023/QĐ-HĐT ngày 10/5/2023 của Hội đồng Trường. Tiền thân của Khoa Quản trị Kinh doanh - Marketing là Khoa Kế toán Kiểm toán, Khoa Quản trị Kinh doanh, Khoa Tài chính Ngân hàng; trải qua quá trình phát triển và cơ cấu lại tổ chức đã được đổi tên thành Khoa Tài chính - Quản trị Kinh doanh - Marketing theo Quyết định số 08/2023/QĐ-HĐT ngày 03/01/2023 của Hội đồng Trường.

***Kết quả kiểm định chất lượng Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn từ năm 2019 đến năm 2024 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 được xác định rõ ràng, phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học.
2. Bản mô tả chương trình đào tạo ngành Marketing có đủ các nội dung theo quy định, đã cập nhật một số nội dung mới liên quan tới ngành Marketing và các vấn đề liên quan tới sự phát triển kinh tế - xã hội.
3. Các học phần trong Chương trình dạy học ngành Marketing được bố trí hợp lý, phù hợp với quá trình nhận thức của người học và yêu cầu của chương trình đào tạo.
4. Nhà trường đã chính thức công bố Triết lý giáo dục là “Đạo đức - Phát triển”. Triết lý giáo dục và Giá trị cốt lõi của Nhà trường được cán bộ, giảng viên, người học của Nhà trường hiểu rõ và thực hiện trong giảng dạy, học tập và làm việc.
5. Các phương pháp kiểm tra đánh giá được sử dụng trong chương trình đào tạo ngành Marketing về cơ bản đảm bảo đo lường được mức độ người học đạt chuẩn đầu ra của học phần.
6. Đội ngũ giảng viên của Khoa Quản trị Kinh doanh - Marketing có 2,5% giáo sư, 5% phó giáo sư, 22,5% tiến sĩ và 70% thạc sĩ.
7. Nhà trường có chính sách đào tạo, bồi dưỡng, phát triển để nâng cao năng lực

của đội ngũ nhân viên.

8. Các hoạt động hỗ trợ người học tìm kiếm việc làm được Nhà trường/Khoa quan tâm thực hiện thông qua việc phối hợp với các tổ chức/doanh nghiệp đưa sinh viên đi thực tập, trải nghiệm tại doanh nghiệp; tổ chức các chương trình bồi dưỡng kỹ năng mềm; trao đổi, chia sẻ với các nhà tuyển dụng.

9. Nhà trường có hệ thống công nghệ thông tin (bao gồm hệ thống máy tính, phần cứng, phần mềm, hệ thống mạng Internet, trang thông tin điện tử...) phù hợp để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

10. Nhà trường đã có quy định và định kỳ tổ chức việc đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích phục vụ người học thông qua các phương thức khác nhau, làm cơ sở cho đề xuất cải tiến các dịch vụ này.

11. Nhà trường/Khoa đã thực hiện đối sánh số lượng sản phẩm nghiên cứu khoa học của sinh viên và tỷ lệ sinh viên tham gia nghiên cứu khoa học của ngành Marketing với các chương trình đào tạo cùng trình độ của Trường và của người học ngành Marketing của các cơ sở giáo dục đại học khác.

## **II. HỘI ĐỒNG KIẾN NGHỊ**

1. Nhà trường/Khoa nên xem xét việc biểu đạt lại một vài chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo để bảo đảm có thể lượng hóa được mức độ đạt được chuẩn đầu ra của người tốt nghiệp.

2. Nhà trường/Khoa nên nghiên cứu rà soát, điều chỉnh hoàn thiện hơn cấu trúc đề cương chi tiết học phần để bảo đảm các thông tin được chi tiết và dễ triển khai thực hiện.

3. Nhà trường/Khoa cần rà soát lại chuẩn đầu ra của một số học phần và căn cứ vào các nội dung của từng học phần để xác định chính xác hơn sự đóng góp cụ thể của mỗi học phần vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo ngành Marketing.

4. Nhà trường cần tạo thêm điều kiện để hỗ trợ giảng viên đi thực tế và nghiên cứu để giảng viên có thêm kinh nghiệm thực tiễn và chủ động tổ chức “lớp học trải nghiệm”, qua đó góp phần đổi mới phương pháp giảng dạy, gắn lý luận với thực tiễn.

5. Nhà trường cần xây dựng ngân hàng câu hỏi thi để làm cơ sở xây dựng các đề thi đảm bảo tính khách quan, độ tin cậy và độ giá trị của các câu hỏi thi/đề thi nhằm đánh giá được công bằng mức độ sinh viên đạt chuẩn đầu ra của học phần.

6. Nhà trường cần có các cơ chế và chính sách đặc thù hấp dẫn để thu hút được những giảng viên có chức danh giáo sư, phó giáo sư với nhiều năm kinh nghiệm làm việc thực tiễn trong lĩnh vực thuộc ngành Marketing để tham gia thỉnh giảng cho chương trình đào tạo ngành Marketing.

7. Nhà trường cần có giải pháp, chính sách hấp dẫn và hữu hiệu hơn để có thể thu hút được nhiều ứng viên tiềm năng đăng ký tham gia dự tuyển vào các vị trí việc làm mà Nhà trường đang cần tuyển.

8. Nhà trường nên nghiên cứu và phân tích sâu hơn về dữ liệu tuyển sinh và các yếu tố tác động đến tỉ lệ thí sinh trúng tuyển nhập học để có phương án xây dựng chỉ tiêu

tuyển sinh cũng như điểm chuẩn tuyển sinh nhằm thu hút được nhiều đối tượng thí sinh tham gia dự tuyển và nhập học vào Trường.

9. Nhà trường nên có lộ trình để mở rộng không gian và tăng thêm số lượng chỗ ngồi cho bạn đọc của Thư viện để đáp ứng sự gia tăng về số lượng người học của Nhà trường.

10. Nhà trường/Khoa cần có chính sách khuyến khích các giảng viên nghiên cứu những đề tài khoa học gắn với thực tiễn hoạt động của ngành Marketing và các đề tài nghiên cứu khoa học/sáng kiến về đổi mới phương pháp dạy học, phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của người học đối với chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học để hỗ trợ hiệu quả hơn hoạt động dạy học của chương trình đào tạo.

11. Nhà trường/Khoa cần có các chế tài cũng như chính sách nhằm khuyến khích tính tích cực của người học trong tham gia nghiên cứu khoa học để tạo ra các loại hình và sản phẩm nghiên cứu khoa học.

Trên đây là các nhóm giải pháp thuộc kiến nghị của Hội đồng, Nhà trường 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 Nhà trường. Vào giữa chu kỳ kiểm định chất lượng giáo dục, Nhà trường 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./.



-----