

Hà Nội, ngày 26 tháng 11 năm 2025

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 Công nghiệp và Thương mại Hà Nội

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 161/QĐ-KĐCLGD ngày 07 tháng 11 năm 2025 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 Công nghiệp và Thương mại Hà Nội tại Phiên họp thứ XXIX 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 Công nghiệp và Thương mại Hà Nội, 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 XXIX của Hội đồng ngày 25 tháng 11 năm 2025 đã thông qua với tỉ lệ 100% (11/11/11) 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 Công nghiệp và Thương mại Hà Nội. Số tiêu chí được đánh giá “đạt yêu cầu” từ 4 điểm trở lên là 48 tiêu chí trên tổng số 50 tiêu chí, chiếm 96,00%, 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 Công nghiệp và Thương mại Hà Nội 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 Công nghiệp và Thương mại Hà Nội.

Nơi nhận:

- Trường ĐH CN&TM HN;
- 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 CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI**

(Kèm theo Nghị quyết số: 99 /NQ-HĐKĐCLGD ngày 26 tháng 11 năm 2025 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		4,00	3	100,00%
Tiêu chí 1.1	4			
Tiêu chí 1.2	4			
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		4,33	3	100,00%
Tiêu chí 4.1	5			
Tiêu chí 4.2	4			
Tiêu chí 4.3	4			
Tiêu chuẩn 5		4,00	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	5			
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	5			
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
Tiêu chuẩn 7		4,40	5	100,00%
Tiêu chí 7.1	4			
Tiêu chí 7.2	4			
Tiêu chí 7.3	5			
Tiêu chí 7.4	4			
Tiêu chí 7.5	5			
Tiêu chuẩn 8		4,20	5	100,00%
Tiêu chí 8.1	4			
Tiêu chí 8.2	4			
Tiêu chí 8.3	4			
Tiêu chí 8.4	4			
Tiêu chí 8.5	5			
Tiêu chuẩn 9		4,20	5	100,00%
Tiêu chí 9.1	4			
Tiêu chí 9.2	4			
Tiêu chí 9.3	4			
Tiêu chí 9.4	4			
Tiêu chí 9.5	5			
Tiêu chuẩn 10		4,00	6	100,00%
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			
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	4,12	4,10	48	96,00%

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 CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI**

(Kèm theo Nghị quyết số: 99 /NQ-HĐKĐCLGD ngày 26 tháng 11 năm 2025 của Hội đồng
Kiểm định chất lượng giáo dục, Trung tâm KĐCLGD - Hiệp hội Các trường ĐHCĐ Việt Nam)

Trường Đại học Công nghiệp và Thương mại Hà Nội là Trường Đại học công lập, với tiền thân là Trường Đào tạo bồi dưỡng Kỹ thuật nghiệp vụ may mặc được thành lập theo Quyết định số 27/NT ngày 19 tháng 01 năm 1967 của Bộ trưởng Bộ Nội thương. Trải qua nhiều lần đổi tên và nâng cấp, ngày 04 tháng 6 năm 2015 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 769/QĐ-TTg về việc thành lập Trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội. Ngày 04 tháng 7 năm 2025 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1485/QĐ-TTg về việc đổi tên Trường thành Trường Đại học Công nghiệp và Thương mại Hà Nội.

Khoa Kinh tế chính thức được thành lập vào ngày 15 tháng 12 năm 2008, gồm 2 bộ môn là Kinh doanh thương mại và Kế toán - Quản trị (tiền thân là tổ Kinh tế thuộc Khoa Khoa học cơ bản). Khoa tuyển sinh và đào tạo hệ đại học ngành Marketing khóa đầu tiên năm 2018. Đến năm 2025, Khoa phụ trách 05 ngành đào tạo trình độ đại học gồm các ngành: Quản lý công nghiệp, Marketing, Kế toán, Thương mại điện tử và Quản trị kinh doanh.

Kết quả kiểm định chất lượng Chương trình đào tạo ngành Marketing trình độ đại học của Trường Đại học Công nghiệp và Thương mại Hà Nội giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2025 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 trình độ đại học ngành Marketing được xác định rõ ràng với mục tiêu chung và cụ thể, phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Nhà trường và mục tiêu của Giáo dục đại học.

2. Bản mô tả chương trình đào tạo ngành Marketing có đủ các nội dung quy định, được cập nhật những vấn đề mới nhất có liên quan.

3. Các học phần trong chương trình dạy học ngành Marketing được cấu trúc đảm bảo sự gắn kết và liên mạch giữa các học phần đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành, đảm bảo chương trình trở thành một khối thống nhất.



4. Nhà trường có văn bản tuyên bố chính thức về Triết lý giáo dục là "Phát triển trường học tư duy, người học chủ động. Vì thế hệ sinh viên chuyên nghiệp, sáng tạo và hội nhập". Triết lý giáo dục của Nhà trường được cán bộ, giảng viên, người học của Nhà trường hiểu rõ và thực hiện trong giảng dạy, học tập, nghiên cứu khoa học.

5. Việc khiếu nại về kết quả học tập được xử lý, giải quyết thỏa đáng và kịp thời.

6. Trường đã xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng và triển khai kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng hằng năm cho đội ngũ giảng viên theo đúng kế hoạch của Trường với 100% giảng viên được tham gia các khóa/lớp đào tạo dài hạn và ngắn hạn.

7. Nhà trường có chính sách và tạo điều kiện hỗ trợ về thời gian, kinh phí cho đội ngũ cán bộ, nhân viên tham gia các hoạt động học tập, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

8. Nhà trường đã ban hành các văn bản quy định về ứng xử văn hóa để mọi thành viên trong Trường có cách ứng xử phù hợp với đạo đức nghề nghiệp và các quy định của pháp luật hiện hành.

9. Hệ thống công nghệ thông tin của Nhà trường được đầu tư, xây dựng; được vận hành, hoạt động tương đối ổn định, an toàn để hỗ trợ cho các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

10. Quá trình tổ chức dạy và học, đánh giá kết quả học tập của người học đã được rà soát, đánh giá và giám sát với các hình thức khác nhau để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với chuẩn đầu ra của học phần và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

11. Tỷ lệ người học tốt nghiệp của chương trình đào tạo ngành Marketing có việc làm phù hợp với ngành đào tạo ở mức cao.

II. HỘI ĐỒNG KIẾN NGHỊ

1. Nhà trường cần biểu đạt súc tích để thể hiện rõ nét hơn định hướng ứng dụng trong mục tiêu đào tạo của chương trình đào tạo ngành Marketing phù hợp với định hướng ứng dụng của Nhà trường.

2. Nhà trường nên khai thác các nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin để giới thiệu bản mô tả chương trình đào tạo ngành Marketing trên các fanpage, thiết bị di động, các trang mạng xã hội khác để tăng số lượng người ngoài Trường biết và tìm hiểu bản mô tả chương trình đào tạo ngành Marketing.

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

4. Nhà trường, Khoa cần tạo điều kiện để giảng viên giảng dạy chương trình đào tạo ngành Marketing đi tham gia hội thảo, hội nghị về áp dụng phương pháp giảng dạy hiện đại trong và ngoài nước để học hỏi và áp dụng vào chương trình đào tạo ngành Marketing.

5. Nhà trường cần phân tích đánh giá các đề thi hết học phần để xác định độ giá trị và độ tin cậy của từng đề thi và mức độ khó dễ của các câu hỏi thi nhằm xác định việc các đề thi hết học phần đo lường được chính xác mức độ người học đạt chuẩn đầu ra.

6. Nhà trường cần lập kế hoạch và đầu tư cho các nhóm giảng viên có học vị tiến sĩ để tham gia đấu thầu các dự án, đề tài khoa học công nghệ cấp tỉnh/Thành phố/Bộ và cấp Nhà nước.

7. Nhà trường nên có quy định/hướng dẫn về việc kiểm tra và giám sát các đơn vị trong Trường thực hiện kế hoạch đào tạo bồi dưỡng theo chuyên đề của từng đơn vị.

8. Nhà trường/Khoa nên nghiên cứu phân công cố vấn học tập phụ trách số lượng sinh viên có quy mô phù hợp để bảo đảm cố vấn học tập có thể hoàn thành nhiệm vụ đạt chất lượng cao.

9. Nhà trường cần tiếp tục đầu tư xây dựng nguồn học liệu của Thư viện số, trong đó lưu tâm đến việc kết nối/liên thông với Thư viện của các cơ sở giáo dục đại học khác ở cả trong và ngoài nước có cùng lĩnh vực đào tạo.

10. Nhà trường/Khoa cần tăng cường khuyến khích hoạt động nghiên cứu khoa học, nhất là các công bố quốc tế gắn với lĩnh vực chuyên môn và áp dụng vào các hoạt động giảng dạy các học phần của chương trình đào tạo.

11. Nhà trường cần có các chế tài cũng như chính sách nhằm khuyến khích tích cực của người học tham gia nghiên cứu khoa học để tạo ra nhiều 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./.

