

Số: 2691/QĐ-ĐHTM

Hà Nội, ngày 22 tháng 12 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

V/v: Ban hành Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo Marketing thương mại
Ngành Kinh doanh thương mại, trình độ tiến sĩ của Trường Đại học Thương mại

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Căn cứ Luật Giáo dục đại học ngày 18/6/2012 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học ngày 19/11/2018;

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Chính phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục Đại học;

Căn cứ Nghị định số 60/2021/NĐ-CP ngày 21/6/2021 của Chính phủ quy định cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập;

Căn cứ Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 26/6/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về chuẩn chương trình đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Căn cứ Thông tư số 02/2022/TT-BGDĐT ngày 18/01/2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động của ngành đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ; Thông tư số 12/2024/TT-BGDĐT ngày 10/10/2024 của Bộ Giáo dục và Đào tạo sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 02/2022/TT-BGDĐT ngày 18/01/2022 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy định điều kiện, trình tự, thủ tục mở ngành đào tạo, đình chỉ hoạt động của ngành đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ có hiệu lực từ ngày 05/01/2025;

Căn cứ Quyết định số 1316/QĐ-ĐHTM ngày 10/09/2021 của Hiệu trưởng về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ tiến sĩ của Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ Quyết định số 2293/QĐ-ĐHTM ngày 16/12/2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại ban hành Quy định phát triển chương trình đào tạo của Trường Đại học Thương mại; Quyết định số 16/QĐ-ĐHTM ngày 03/01/2025 của Hiệu trưởng sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 2293/QĐ-ĐHTM ngày 16/12/2022 của Hiệu trưởng ban hành Quy định phát triển chương trình đào tạo của Trường Đại học Thương mại;

Căn cứ Kết luận cuộc họp Hội đồng Khoa học và Đào tạo ngày 16/12/2025 về chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo Marketing thương mại, trình độ tiến sĩ;

Căn cứ Nghị quyết số 05/NQ-HĐT ngày 17/12/2025 của Hội đồng trường về việc thông qua chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo Marketing thương mại, trình độ tiến sĩ;

Theo đề nghị của Viện trưởng Viện Đào tạo Sau đại học,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1: Ban hành Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo Marketing thương mại, ngành Kinh doanh thương mại, mã số: 9340121, trình độ tiến sĩ của Trường Đại học Thương mại (có chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo kèm theo Quyết định này).

Điều 2: Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký và áp dụng với các khóa tuyển sinh từ năm 2026.

Điều 3: Các Ông (Bà) Viện trưởng Viện Đào tạo Sau đại học và các bộ phận có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. *giao*

Nơi nhận:

- Như điều 3 (để t/h)
- Lưu: VT, SDH.



HIỆU TRƯỞNG

PGS.TS. Nguyễn Hoàng

CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

(Ban hành theo Quyết định số 2691/QĐ-ĐHTM ngày 22 tháng 12 năm 2025
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)

Chương trình đào tạo:	Marketing thương mại Commercial Marketing
Trình độ đào tạo:	Tiến sĩ
Ngành đào tạo:	Kinh doanh thương mại
Mã ngành:	9340121
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing thương mại
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt
Thời gian đào tạo:	4 năm

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại có mục tiêu đào tạo ra những người học tốt nghiệp có khả năng tiến hành nghiên cứu độc lập và có chất lượng nghiên cứu cao, có khả năng thực hiện các nghiên cứu khởi đầu. Người học tốt nghiệp có được khả năng thiết kế nghiên cứu, tiến hành nghiên cứu và báo cáo các nghiên cứu tiếp nối và nghiên cứu có tính khởi đầu, có khả năng làm việc độc lập.

2. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

2.1. Yêu cầu về kiến thức (kiến thức thực tế và kiến thức lý thuyết)

Tốt nghiệp chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại, người học đạt được các yêu cầu sau:

(PLO1): Sáng tạo kiến thức chuyên sâu, tiên tiến về kinh doanh và marketing thương mại; Sáng tạo kiến thức và làm chủ các giá trị cốt lõi và học thuật hàng đầu của lĩnh vực, đồng thời giải quyết các vấn đề phức tạp trong bối cảnh kinh tế số và tri thức, và theo hướng bền vững.

(PLO2): Đánh giá sáng tạo các kiến thức lý luận và thực tiễn cốt lõi, nền tảng có tính hệ thống về kinh doanh và marketing thương mại. Làm chủ các vấn đề trọng yếu trong lĩnh vực, phục vụ nghiên cứu học thuật hoặc chuyên biệt.

(PLO3): Đánh giá sáng tạo kiến thức về nguyên lý, khái niệm, phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu cụ thể. Phối hợp chúng vào chuyên môn kinh doanh và marketing thương mại trong điều kiện thực tiễn Việt Nam và bối cảnh toàn cầu luôn biến động.

2.2. Yêu cầu về kỹ năng (kỹ năng nhận thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp, ứng xử)

Người học tốt nghiệp chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại đạt được các yêu cầu sau:

(PLO4): Thực hiện phối hợp kỹ năng nghiên cứu độc lập có chất lượng và có tính khởi đầu, nhằm phát hiện, phân tích các vấn đề phức tạp và hoàn thành độc lập một chương trình nghiên cứu tạo ra tri thức mới cho chuyên môn.

(PLO5): Thực hiện phối hợp kỹ năng phân tích, đánh giá phản biện đa chiều các tài liệu học thuật. Áp dụng tư duy phê phán và sáng tạo để suy luận và giải quyết các vấn đề nghiên cứu chủ đạo trong lĩnh vực kinh doanh và marketing thương mại.

(PLO6): Thực hiện phối hợp kỹ năng nghiên cứu cần thiết cho học thuật hoặc thực hành các hướng chuyên sâu của kinh doanh và marketing thương mại; làm chủ kỹ năng giải quyết vấn đề.

(PLO7): Thực hiện phối hợp các kỹ năng truyền đạt luận điểm một cách thuyết phục và rõ ràng, phù hợp với cả giới học thuật và kinh doanh và marketing.

(PLO8): Thực hiện phối hợp kỹ năng sử dụng các phần mềm phục vụ cho phân tích dữ liệu như Excel, SPSS, các ứng dụng AI...

2.3. Yêu cầu về mức độ tự chủ và trách nhiệm (trong việc áp dụng kiến thức, kỹ năng để thực hiện các nhiệm vụ chuyên môn của người tốt nghiệp trình độ tiến sĩ)

Người học tốt nghiệp chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại đạt được các yêu cầu sau:

(PLO9): Tổ chức và có tư duy nghiên cứu độc lập, sáng tạo, và phê phán; có năng lực suy nghĩ logic để đưa ra các ý tưởng và kiến thức mới.

(PLO10): Tổ chức năng lực khả năng phát hiện độc lập các vấn đề nghiên cứu mới từ thực tiễn và lý luận. Thực hiện nghiên cứu có ý nghĩa và đề xuất sáng kiến/giải pháp có giá trị khoa học ở cấp độ quốc gia, ngành và doanh nghiệp.

(PLO11): Tổ chức, quản lý, lãnh đạo triển khai nghiên cứu như một chuyên gia hàng đầu. Phản biện độc lập, đa chiều và ứng phó phù hợp với các vấn đề phát sinh trong hoạt động chuyên môn.

(PLO12): Tổ chức khả năng làm việc độc lập và nhóm hiệu quả. Thể hiện tinh thần hợp tác, hỗ trợ, chia sẻ tri thức và trách nhiệm trong công tác và nghiên cứu.

(PLO13): Tổ chức trách nhiệm cao và tác phong nghiên cứu chuyên nghiệp. Tuân thủ pháp luật, đạo đức trong hoạt động khoa học và có trách nhiệm với cộng đồng, xã hội trong việc ứng dụng kết quả nghiên cứu.

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

Người học tốt nghiệp chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ Marketing thương mại của Trường Đại học Thương mại có thể tốt làm các công việc như:

- Các vị trí giảng dạy và nghiên cứu như cán bộ giảng dạy, cán bộ nghiên cứu khoa học trình độ cao trong lĩnh vực Marketing và Kinh doanh thương mại tại các cơ sở/ tổ chức giáo dục, và viện/ đơn vị nghiên cứu, các đơn vị xúc tiến thương mại liên quan đến lĩnh vực Marketing thương mại, quản lý và kinh tế, có thể tiếp tục nghiên cứu sau tiến sĩ ở trong hoặc ngoài nước.

- Cán bộ nghiên cứu trình độ cao tại các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý.

- Lãnh đạo, cán bộ quản lý, chuyên gia trình độ cao hoạch định, phân tích, tư vấn về Marketing, phát triển thị trường cho các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế - xã hội, các đơn vị và cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý, marketing.

4. Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

Người học tốt nghiệp có nền tảng kiến thức vững chắc và tư duy phân biện giúp họ tự chủ định hướng học tập suốt đời và thích ứng với các thay đổi chuyên môn. Họ có năng lực làm việc độc lập tạo điều kiện cho việc nâng cao trình độ liên tục và áp dụng các phương pháp mới. Quan trọng nhất, họ có trách nhiệm dẫn dắt, hướng dẫn và cố vấn cho người khác, qua đó đóng góp vào sự phát triển nguồn nhân lực của ngành.

5. Các chương trình, chuẩn đầu ra quốc tế đã tham khảo

5.1. Trong nước

1. Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo tiến sĩ Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Cần Thơ (2019), <https://gs.ctu.edu.vn/kctdt2020/ctdt/9340101.pdf>

2. Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo tiến sĩ Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Duy Tân (2025), <https://duytan.edu.vn/tien-si-quan-tri-kinh-doanh/muc-tieu-dao-tao-6h9>

3. Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo tiến sĩ Marketing thuộc ngành Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2022), <https://sdh.neu.edu.vn/storage/files/Ban%20mo%20ta%20chuong%20trinh%20dao%20tao%20-%20Marketing.pdf>

4. Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo tiến sĩ Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội (2022), https://admin.cms.ueb.edu.vn/ckfinder/connector?command=Proxy&lang=vi&langCode=vi&type=abc¤tFolder=%2Fhoangduchung%2F&hash=f8c1d87006fbf7e5cc4b026c3138bc046883dc71&fileName=Kem_KCT%20Tien%20si%20QTKD%20final%20ban%20hanh.pdf

5. Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo tiến sĩ Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Ngoại thương (2022), https://drive.google.com/file/d/1naAzhd2XVhEyVRyj0OdOTtXroaf68yI_/view

6. Chuẩn đầu ra và Chương trình đào tạo tiến sĩ Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Tài chính - Marketing (2025), <https://khoaqtqd.ufm.edu.vn/quyet-dinh-ban-hanh-chuong-trinh-dao-tao-trinh-do-tien-si-nganh-quan-tri-kinh-doanh-ma-nganh-9340101-45.html>

5.2. Ngoài nước

7. Chuẩn đầu ra của chương trình Tiến sĩ về kinh doanh của trường đại học UTS của Australia. Doctor of Philosophy in Business (2025), <https://www.uts.edu.au/courses/doctor-of-philosophy-phd-thesis-marketing>

8. Chuẩn đầu ra của chương trình Tiến sĩ về kinh doanh trường đại học Swinburne của Australia, Doctor of Philosophy Business (2025), <https://www.swinburne.edu.au/study/course/Doctor-of-Philosophy-%5BBusiness%5D-DR-BUS/local>

TRƯỞNG KHOA MARKETING

PGS, TS Phan Thị Thu Hoài

Hà Nội, ngày 22 tháng 12 năm 2025

HIỆU TRƯỞNG



PGS, TS Nguyễn Hoàng

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ TIẾN SĨ

*(Ban hành theo Quyết định số 2691/QĐ-ĐHTM ngày 22 tháng 12 năm 2025
của Hiệu trưởng Trường Đại học Thương mại)*

Chương trình đào tạo:	Marketing thương mại Commercial Marketing
Trình độ đào tạo:	Tiến sĩ
Ngành đào tạo:	Kinh doanh thương mại
Mã ngành:	9340121
Chuyên ngành đào tạo:	Marketing thương mại
Ngôn ngữ đào tạo:	Tiếng Việt
Thời gian đào tạo:	4 năm

1. Mục tiêu của chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại có mục tiêu đào tạo ra những người học tốt nghiệp có khả năng tiến hành nghiên cứu độc lập và có chất lượng nghiên cứu cao, có khả năng thực hiện các nghiên cứu khởi đầu. Người học tốt nghiệp có được khả năng thiết kế nghiên cứu, tiến hành nghiên cứu và báo cáo các nghiên cứu tiếp nối và nghiên cứu có tính khởi đầu, có khả năng làm việc độc lập.

Người học tốt nghiệp đạt được các chuẩn đầu ra kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm, trình độ ngoại ngữ được công bố trong chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

2.1. Kiến thức (kiến thức thực tế và kiến thức lý thuyết)

(PLO1): Sáng tạo kiến thức chuyên sâu, tiên tiến về kinh doanh và marketing thương mại; Sáng tạo kiến thức và làm chủ các giá trị cốt lõi và học thuật hàng đầu của lĩnh vực, đồng thời giải quyết các vấn đề phức tạp trong bối cảnh kinh tế số và tri thức, và theo hướng bền vững.

(PLO2): Đánh giá sáng tạo các kiến thức lý luận và thực tiễn cốt lõi, nền tảng có tính hệ thống về kinh doanh và marketing thương mại. Làm chủ các vấn đề trọng yếu trong lĩnh vực, phục vụ nghiên cứu học thuật hoặc chuyên biệt.

(PLO3): Đánh giá sáng tạo kiến thức về nguyên lý, khái niệm, phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu cụ thể. Phối hợp chúng vào chuyên môn kinh doanh và marketing thương mại trong điều kiện thực tiễn Việt Nam và bối cảnh toàn cầu luôn biến động.

2.2. Yêu cầu về kỹ năng (kỹ năng nhận thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp, ứng xử)

Người học tốt nghiệp chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại đạt được các yêu cầu sau:

(PLO4): Thực hiện phối hợp kỹ năng nghiên cứu độc lập có chất lượng và có tính khởi đầu, nhằm phát hiện, phân tích các vấn đề phức tạp và hoàn thành độc lập một chương trình nghiên cứu tạo ra tri thức mới cho chuyên môn.

(PLO5): Thực hiện phối hợp kỹ năng phân tích, đánh giá phản biện đa chiều các tài liệu học thuật. Áp dụng tư duy phê phán và sáng tạo để suy luận và giải quyết các vấn đề nghiên cứu chủ đạo trong lĩnh vực kinh doanh và marketing thương mại.

(PLO6): Thực hiện phối hợp kỹ năng nghiên cứu cần thiết cho học thuật hoặc thực hành các hướng chuyên sâu của kinh doanh và marketing thương mại; làm chủ kỹ năng giải quyết vấn đề.

(PLO7): Thực hiện phối hợp các kỹ năng truyền đạt luận điểm một cách thuyết phục và rõ ràng, phù hợp với cả giới học thuật và kinh doanh, marketing.

(PLO8): Thực hiện phối hợp kỹ năng sử dụng các phần mềm phục vụ cho phân tích dữ liệu như Excel, SPSS, các ứng dụng AI...

2.3. Yêu cầu về mức độ tự chủ và trách nhiệm (trong việc áp dụng kiến thức, kỹ năng để thực hiện các nhiệm vụ chuyên môn của người tốt nghiệp trình độ tiến sĩ)

Người học tốt nghiệp chương trình đào tạo trình độ Tiến sĩ Marketing thương mại đạt được các yêu cầu sau:

(PLO9): Tổ chức và có tư duy nghiên cứu độc lập, sáng tạo, và phê phán; có năng lực suy nghĩ logic để đưa ra các ý tưởng và kiến thức mới.

(PLO10): Tổ chức năng lực khả năng phát hiện độc lập các vấn đề nghiên cứu mới từ thực tiễn và lý luận. Thực hiện nghiên cứu có ý nghĩa và đề xuất sáng kiến/giải pháp có giá trị khoa học ở cấp độ quốc gia, ngành và doanh nghiệp.

(PLO11): Tổ chức, quản lý, lãnh đạo triển khai nghiên cứu như một chuyên gia hàng đầu. Phản biện độc lập, đa chiều và ứng phó phù hợp với các vấn đề phát sinh trong hoạt động chuyên môn.

(PLO12): Tổ chức khả năng làm việc độc lập và nhóm hiệu quả. Thể hiện tinh thần hợp tác, hỗ trợ, chia sẻ tri thức và trách nhiệm trong công tác và nghiên cứu.

(PLO13): Tổ chức trách nhiệm cao và tác phong nghiên cứu chuyên nghiệp. Tuân thủ pháp luật, đạo đức trong hoạt động khoa học và có trách nhiệm với cộng đồng, xã hội trong việc ứng dụng kết quả nghiên cứu.

3. Điều kiện dự tuyển

3.1 Điều kiện về văn bằng

Người dự tuyển đào tạo trình độ tiến sĩ phải có bằng tốt nghiệp thạc sĩ hoặc tốt nghiệp đại học hạng giỏi trở lên phù hợp với ngành đăng ký dự tuyển đào tạo tiến sĩ. Cụ thể:

a) Người dự tuyển có bằng thạc sĩ:

- Ngành đúng: Kinh doanh Thương mại (8340121), Marketing (8340115 - thí điểm).
- Ngành gần: Các ngành thuộc nhóm ngành Kinh doanh (83401)
- Các ngành còn lại thuộc khối ngành kinh tế, kinh doanh và quản lý (834) không phải là ngành đúng và không phải là ngành gần với ngành Kinh doanh Thương mại.
- Các ngành còn lại thuộc khối ngành kinh tế, kinh doanh và quản lý không phải là ngành đúng và ngành gần với ngành đăng ký dự tuyển.

b) Người dự tuyển có bằng đại học hạng giỏi trở lên thuộc ngành đúng với ngành đào tạo trình độ tiến sĩ: Kinh doanh Thương mại (7340121) và Marketing (7340115)

Danh mục các ngành thạc sĩ và đại học được coi là phù hợp với ngành đăng ký dự tuyển đào tạo tiến sĩ sẽ được cập nhật hàng năm trong thông báo tuyển sinh của Trường.

d) Người dự tuyển có bằng tốt nghiệp thạc sĩ, đại học do cơ sở giáo dục nước ngoài cấp phải có văn bản công nhận văn bằng do Cục Quản lý Chất lượng Giáo dục – Bộ Giáo dục và Đào tạo cấp.

Xét điều kiện về ngành tương tự như người tốt nghiệp thạc sĩ, đại học do cơ sở giáo dục trong nước cấp.

3.2. Điều kiện về nghiên cứu khoa học

Là tác giả của 01 bài báo hoặc báo cáo khoa học liên quan đến lĩnh vực dự định nghiên cứu đăng trên các ấn phẩm khoa học được Hội đồng chức danh Giáo sư Nhà nước tính điểm công trình hoặc kỷ yếu hội nghị, hội thảo khoa học cấp quốc gia, quốc tế có mã số ISBN, trong thời hạn 3 năm (36 tháng) tính đến ngày đăng ký dự tuyển.

3.3. Có dự thảo đề cương nghiên cứu đề tài luận án tiến sĩ

Dự thảo đề cương nghiên cứu cần trình bày rõ tên đề tài hoặc định hướng nghiên cứu; ngành và mã số; lý do lựa chọn đề tài/hướng nghiên cứu; tổng quan công trình khoa học đã được công bố về đề tài/hướng nghiên cứu; mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu; phương pháp nghiên cứu dự kiến thực hiện; dự kiến đóng góp của đề tài nghiên cứu; dự kiến kế hoạch học tập, nghiên cứu của NCS (nếu trúng tuyển); và đề xuất người hướng dẫn khoa học (nếu có).

3.4. Có ít nhất một thư giới thiệu dự tuyển nghiên cứu sinh:

Nhà khoa học giới thiệu dự tuyển nghiên cứu sinh phải có chức danh giáo sư, phó giáo sư hoặc có học vị tiến sĩ khoa học, tiến sĩ đã tham gia hoạt động chuyên môn với người dự tuyển và am hiểu lĩnh vực mà người dự tuyển dự định nghiên cứu.

3.5. Điều kiện về ngoại ngữ

Người dự tuyển là công dân Việt Nam phải đạt yêu cầu về năng lực ngoại ngữ được minh chứng bằng một trong những văn bằng, chứng chỉ sau:

a) Bằng tốt nghiệp trình độ đại học trở lên do một cơ sở đào tạo nước ngoài, phân hiệu của cơ sở đào tạo nước ngoài ở Việt Nam hoặc cơ sở đào tạo của Việt Nam cấp cho người học toàn thời gian bằng tiếng nước ngoài;

b) Bằng tốt nghiệp trình độ đại học ngành ngôn ngữ tiếng nước ngoài do các cơ sở đào tạo của Việt Nam cấp;

c) Có một trong các chứng chỉ ngoại ngữ quy định tại Quy chế đào tạo trình độ tiến sĩ hiện hành của nhà trường còn hiệu lực (trong thời hạn 24 tháng) tính đến ngày đăng ký dự tuyển, hoặc các chứng chỉ ngoại ngữ khác tương đương trình độ bậc 4 (theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam) được cấp bởi một tổ chức khảo thí được Bộ Giáo dục và Đào tạo công nhận;

d) Người dự tuyển đáp ứng quy định tại điểm a khi ngôn ngữ sử dụng trong thời gian học tập không phải là tiếng Anh; hoặc đáp ứng quy định tại điểm b) khi có bằng tốt nghiệp đại học ngành ngôn ngữ nước ngoài không phải là tiếng Anh; hoặc có các chứng chỉ tiếng nước ngoài khác tiếng Anh ở trình độ tương đương theo quy định tại điểm c); thì phải có khả năng giao tiếp được bằng tiếng Anh trong chuyên môn (có thể diễn đạt những vấn đề thuộc lĩnh vực chuyên môn cho người khác hiểu bằng tiếng Anh và hiểu được người khác trình bày những vấn đề chuyên môn bằng tiếng Anh).

Người dự tuyển là công dân nước ngoài nếu đăng ký theo học chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ bằng tiếng Việt phải có chứng chỉ tiếng Việt tối thiểu từ bậc 4 trở lên theo Khung năng lực tiếng Việt dùng cho người nước ngoài, và có trình độ tiếng Anh tối thiểu từ Bậc 3 trở lên theo Khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam hoặc tương đương.

3.6. Được cơ quan công tác cử đi dự tuyển đào tạo trình độ tiến sĩ (nếu người dự tuyển là công chức, viên chức); hoặc cơ sở đào tạo (nơi sinh viên vừa tốt nghiệp); hoặc được xác nhận nhân thân bởi chính quyền địa phương nơi cư trú (đối với người làm nghề tự do). Riêng người dự tuyển là công dân nước ngoài có thể được giới thiệu bởi cơ quan quản lý nhân sự, cơ sở đào tạo bậc đại học/thạc sĩ hoặc đại sứ quán.

3.7. Đạt đủ điều kiện về kinh nghiệm quản lý và thâm niên công tác theo yêu cầu cụ thể của từng ngành dự tuyển do Hiệu trưởng quy định.

4. Phương thức tuyển sinh

Kết hợp xét tuyển với thi tuyển theo đề án tuyển sinh tiến sĩ của Trường Đại học Thương mại.

5. Điều kiện tốt nghiệp

Người học sẽ được công nhận và cấp bằng tốt nghiệp sau khi hoàn thành toàn bộ chương trình đào tạo và đáp ứng các yêu cầu theo Quy chế đào tạo trình độ tiến sĩ của Trường Đại học Thương mại.

6. Nội dung chương trình đào tạo

6.1. Chương trình đào tạo cho NCS có bằng thạc sĩ:

- Đối với NCS có bằng thạc sĩ thuộc ngành đúng với ngành đào tạo tiến sĩ:

Bảng 1. Khung chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ Marketing thương mại

STT	KIẾN THỨC/HỌC PHẦN	SỐ TC	
1	Các học phần ở trình độ tiến sĩ	12	
1.1	Phương pháp nghiên cứu trong kinh tế và kinh doanh	4	
1.2	Phát triển kinh doanh và marketing thương mại (chọn 3 trong 5 chuyên đề):	3	
	1. Chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại hàng hóa	1	
	3. Phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của DN	1	
	3. Phân tích hành vi khách hàng	1	
	4. Phát triển chiến lược thương mại điện tử của DN	1	
	5. Marketing địa phương	1	
13	Báo cáo nghiên cứu về chủ đề của đề tài luận án Kiến thức chuyên sâu phục vụ cho viết luận án tiến sĩ	5	
	Tên bộ phận kiến thức 3 của trong tiến sĩ có quyết định riêng cho từng khóa đào tạo căn cứ vào đề xuất của người hướng dẫn khoa học và ý kiến tư vấn của Hội đồng khoa học đào tạo tiến sĩ cấp bộ môn. Bộ phận kiến thức 3 trang bị các lý thuyết cốt lõi, và các lý luận và thực tiễn cập nhật gắn với tên đề tài của luận án.		

STT	KIẾN THỨC/HỌC PHẦN	SỐ TC	
2	Nghiên cứu khoa học	18	
2.1	Tiểu luận tổng quan	3	
2.2	Các chuyên đề tiến sĩ	9	
	Chuyên đề 1	3	
	Chuyên đề 2	3	
	Chuyên đề 3	3	
2.3	Đề tài nghiên cứu khoa học	6	
3	Luận án tiến sĩ	60	
	Tổng số tín chỉ	90	

- Đối với NCS có bằng thạc sĩ ngành gần với ngành đào tạo tiến sĩ: Ngoài CTĐT cho NCS có bằng thạc sĩ thuộc ngành đúng với ngành đào tạo tiến sĩ, phải học bổ sung thêm 3 học phần (6 tín chỉ) trong CTĐT trình độ thạc sĩ cùng ngành đào tạo.

- Đối với NCS có bằng thạc sĩ các ngành còn lại thuộc khối ngành kinh tế, kinh doanh và quản lý không phải là ngành đúng, ngành gần với ngành đào tạo tiến sĩ: Ngoài CTĐT cho NCS có bằng thạc sĩ thuộc ngành đúng với ngành đào tạo tiến sĩ, phải học bổ sung thêm 5 học phần (10 tín chỉ) trong CTĐT trình độ thạc sĩ cùng ngành đào tạo.

Các học phần bổ sung cụ thể được thực hiện theo quy định của Trường Đại học Thương mại.

6.2. Chương trình đào tạo cho NCS có bằng đại học:

STT	KIẾN THỨC /HỌC PHẦN	SỐ TC
1	Các học phần ở trình độ thạc sĩ cùng ngành đào tạo	42
2	Các học phần ở trình độ tiến sĩ	12
2.1	<i>Phương pháp nghiên cứu trong kinh tế và kinh doanh</i>	4
2.2	Phát triển kinh doanh và marketing thương mại (chọn 3 trong 5 chuyên đề):	3
	<i>1. Chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại hàng hóa</i>	<i>1</i>
	<i>3. Phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của DN</i>	<i>1</i>
	<i>3. Phân tích hành vi khách hàng</i>	<i>1</i>
	<i>4. Phát triển chiến lược thương mại điện tử của DN</i>	<i>1</i>
	<i>5. Marketing địa phương</i>	<i>1</i>

STT	KIẾN THỨC /HỌC PHẦN	SỐ TC
2.3	Báo cáo nghiên cứu về chủ đề của đề tài luận án Kiến thức chuyên sâu phục vụ cho viết luận án tiến sĩ	5
	Tên bộ phận kiến thức 3 của trong tiến sĩ có quyết định riêng cho từng khóa đào tạo căn cứ vào đề xuất của người hướng dẫn khoa học và ý kiến tư vấn của Hội đồng khoa học đào tạo tiến sĩ cấp bộ môn. Bộ phận kiến thức 3 trang bị các lý thuyết cốt lõi, và các lý luận và thực tiễn cập nhật gắn với tên đề tài của luận án.	
2	Tiểu luận tổng quan và các chuyên đề tiến sĩ	12
3.1	<i>Tiểu luận tổng quan</i>	3
3.2	<i>Các chuyên đề tiến sĩ</i>	9
	Chuyên đề 1	3
	Chuyên đề 2	3
	Chuyên đề 3	3
3	Nghiên cứu khoa học	6
4	Luận án tiến sĩ	60
	Tổng số tín chỉ	132

6.3. Mô tả các học phần trong chương trình đào tạo

(Mục tiêu và tóm tắt nội dung chính của các học phần xem trong phụ lục)

7. Kế hoạch đào tạo

- Thời gian đào tạo trình độ tiến sĩ: từ 3 - 4 năm
- Hình thức đào tạo: thực hiện theo hình thức chính quy
- Việc tổ chức đào tạo trình độ tiến sĩ được thực hiện theo hình thức giáo dục chính quy, nghiên cứu sinh phải đăng ký đủ 30 tín chỉ trong ít nhất 02 năm đầu của chương trình đào tạo.

7.1. Kế hoạch đào tạo cho nghiên cứu sinh có bằng thạc sĩ (gợi ý NCS có thể chọn 3 năm hoặc 4 năm)

STT	Kỳ học (Số TC)	Khối kiến thức, học phần đào tạo	Giảng viên
1	Năm thứ nhất (30 TC)	Học các học phần tiến sĩ, viết tiểu luận tổng quan, làm các chuyên đề cơ sở lý luận	Giảng viên trình độ tiến sĩ của bộ môn PPNCKH và Khoa Marketing
		Làm chuyên đề, nghiên cứu khoa học	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
2	Năm thứ hai (30 TC)	Làm chuyên đề cơ sở lý luận, Làm luận án	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
		Làm chuyên đề, Làm luận án	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn

STT	Kỳ học (Số TC)	Khối kiến thức, học phần đào tạo	Giảng viên
3	Năm thứ ba (30 TC)	Làm luận án	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
		Làm luận án	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
7	Năm thứ tư (30 TC)	Bảo vệ cơ sở	Hội đồng đánh giá
		Phản biện độc lập – sửa chữa – bảo vệ chính thức	Hội đồng đánh giá

- Thời gian còn lại (từ thứ 2 đến thứ 6) nghiên cứu sinh nghiên cứu và thực hiện các nhiệm vụ chuyên môn khác tại bộ môn dưới sự quản lý của Trưởng bộ môn sinh hoạt chuyên môn.

7.2. Kế hoạch đào tạo cho nghiên cứu sinh có bằng cử nhân

STT	Năm học (Số TC)	Khối kiến thức, học phần đào tạo	Giảng viên
1	Năm học thứ 1 (42 tín chỉ)	Học tập (Kể từ khi có quyết định công nhận nghiên cứu sinh): - Các học phần ở trình độ thạc sĩ cùng chuyên ngành đào tạo (20 tín chỉ).	Giảng viên đào tạo trình độ thạc sĩ của chuyên ngành đào tạo 1. Học phần Phương pháp nghiên cứu trong kinh tế và kinh doanh Các giảng viên của bộ môn PPNCKH 2. Học phần Phát triển kinh doanh và marketing thương mại Các giảng viên của khoa Marketing
2	Năm học thứ 2 (30 tín chỉ) (Học tập trung liên tục tại Trường Đại học Thương mại)	- Các học phần ở trình độ thạc sĩ cùng chuyên ngành đào tạo (15 tín chỉ).	Giảng viên đào tạo trình độ thạc sĩ của chuyên ngành đào tạo. 3. Bộ phận kiến thức 3 - Báo cáo nghiên cứu về chủ đề của đề tài luận án Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
3	Năm học thứ 3 (30 TC)	Viết tiểu luận tổng quan, 03 chuyên đề tiến sĩ, Nghiên cứu khoa học và Luận án tiến sĩ	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
4	Năm học thứ 4 (20 TC)	Viết tiểu luận tổng quan, 03 chuyên đề tiến sĩ, Nghiên cứu khoa học và Luận án tiến sĩ	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn
5	Năm học thứ 5 (10 TC)	Viết tiểu luận tổng quan, 03 chuyên đề tiến sĩ, Nghiên cứu khoa học và Luận án tiến sĩ	Người hướng dẫn, nghiên cứu sinh và bộ môn chuyên môn

- Thời gian còn lại (từ thứ 2 đến thứ 6) nghiên cứu sinh nghiên cứu và thực hiện các nhiệm vụ chuyên môn khác tại bộ môn dưới sự quản lý của Trưởng bộ môn sinh hoạt chuyên môn.

Ghi chú: Quá trình tổ chức giảng dạy, đánh giá học phần được triển khai theo hình thức trực tiếp hoặc kết hợp giữa trực tiếp và trực tuyến, bảo đảm quy định hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của Trường Đại học Thương mại về tổ chức đào tạo và khảo thí.

Hà Nội, ngày 22 tháng 12 năm 2025

TRƯỞNG KHOA MARKETING



PGS, TS Phan Thị Thu Hoài



HIỆU TRƯỞNG

PGS, TS Nguyễn Hoàng

Phụ lục 1. Mục tiêu và tóm tắt nội dung chính của các học phần trong chương trình đào tạo trình độ tiến sĩ Marketing thương mại

STT	Mục tiêu học phần	Tóm tắt nội dung chính
1	Phương pháp nghiên cứu trong kinh tế và kinh doanh (4TC)* <i>Mục tiêu học phần:</i> Học phần cung cấp cho học viên cao học những kiến thức về phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh tế và kinh doanh, trên cơ sở đó học viên có thể phát triển kỹ năng thực hiện các đề tài nghiên cứu khoa học và viết luận án tiến sĩ trên cả hai góc độ: Phương pháp nghiên cứu khoa học và phương pháp phân tích, xử lý dữ liệu phục vụ cho việc nghiên cứu nói chung và xử lý dữ liệu phục vụ cho việc thực hiện luận án tiến sĩ nói riêng	<i>Mô tả vắn tắt nội dung học phần:</i> Học phần phương pháp nghiên cứu khoa học cung cấp các kiến thức, kỹ năng về phương pháp nghiên cứu cho việc triển khai luận án tiến sĩ, cách thức thiết kế và tổng quan nghiên cứu, hiểu được các vấn đề liên quan tới đạo đức trong nghiên cứu, nắm được cách thức chọn mẫu, thu thập dữ liệu thứ cấp và sơ cấp trong nghiên cứu khoa học, cách thức phân tích dữ liệu định tính và định lượng, nắm được cấu trúc, hình thức và văn phong sử dụng trong báo cáo khoa học, cũng như cách thức thuyết trình kết quả báo cáo nghiên cứu khoa học và một số quy định về trình bày báo cáo khoa học.
2	Phát triển kinh doanh và marketing thương mại (3TC) Học phần Phát triển kinh doanh thương mại là học phần thuộc bộ phận kiến thức 2 của chương trình đào tạo tiến sĩ chuyên ngành Kinh doanh thương mại. Học phần gồm chọn 03 trong 05 chuyên đề: 1. Chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại hàng hóa 2. Phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của DN 3. Phân tích hành vi khách hàng 4. Phát triển chiến lược thương mại điện tử của các DN 5. Marketing địa phương	Học phần có mục tiêu cung cấp các luận cứ khoa học và thực tiễn nhằm hoạch định, triển khai và kiểm soát phát triển kinh doanh thương mại trên cấp độ quản lý vĩ mô và quản lý vi mô trong hội nhập quốc tế. - Về tư duy: Xác lập tư duy phát triển kinh doanh thương mại theo mục tiêu và theo quá trình trong bối cảnh hội nhập quốc tế và tự do hóa thương mại toàn cầu. - Về kiến thức: + Cung cấp những luận cứ khoa học về chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại hàng hóa; + Cung cấp những luận cứ khoa học để phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các doanh nghiệp; + Cung cấp những luận cứ khoa học để phân tích hành vi khách hàng và ứng dụng vào marketing hàng hóa / dịch vụ;

STT	Mục tiêu học phần	Tóm tắt nội dung chính
		+ Cung cấp những luận cứ khoa học để phát triển chiến lược thương mại điện tử của doanh nghiệp; + Cung cấp những luận cứ khoa học để phát triển Marketing địa phương ở các địa phương - Về kỹ năng: + Trang bị các kỹ năng hiện đại phát triển chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại hàng hóa, thương mại xuất nhập khẩu, thương mại điện tử. + Trang bị các kỹ năng hiện đại phát triển chiến lược kinh doanh thương mại của các doanh nghiệp; + Trang bị các kỹ năng hiện đại phân tích hành vi khách hàng, thị trường và ứng dụng vào hoạt động marketing; + Trang bị các kỹ năng hiện đại phát triển chiến lược thương mại điện tử của doanh nghiệp; + Trang bị các kỹ năng hiện đại phát triển marketing địa phương.
	Bộ phận kiến thức 3. Báo cáo nghiên cứu về chủ đề của đề tài luận án	Bộ phận kiến thức 3 trang bị các lý thuyết cốt lõi, và các lý luận và thực tiễn cập nhật gắn với tên đề tài của luận án.
3	Luận án Tiến sĩ (60TC) * Yêu cầu của Luận án Tiến sĩ: Luận án tiến sĩ là kết quả nghiên cứu khoa học của NCS, trong đó chứa đựng những đóng góp mới về lý thuyết và thực tiễn ở lĩnh vực chuyên môn, có giá trị trong việc phát triển, gia tăng tri thức khoa học và giải quyết trọn vẹn vấn đề đặt ra của đề tài luận án; Luận án tiến sĩ phải đáp ứng các yêu cầu về nội dung và hình thức theo quy định tại Thông tư 18/2021/TT BGDĐT; Luận án tiến sĩ phải tuân thủ pháp luật về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. * Yêu cầu của Tóm tắt Luận án Tiến sĩ: Tóm tắt luận án	Theo các yêu cầu và quy định về luận án tiến sĩ của Trường Đại học Thương mại

STT	Mục tiêu học phần	Tóm tắt nội dung chính
	cần phản ánh trung thực kết cấu, bố cục của luận án; chỉ rõ một cách ngắn gọn lý do và mục tiêu nghiên cứu của luận án; tóm lược cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu đã trình bày trong luận án; chỉ ra những điểm mới và hạn chế trong luận án; và ghi đầy đủ toàn văn kết luận của luận án	

